

앤디 워홀의 프론티어:

‘좋은놈, 나쁜놈, 무심한놈’

강태희

한국예술종합학교

1. 워홀의 프론티어
2. 패션
3. TV
4. ‘좋은놈, 나쁜놈, 무심한놈’

나는 내 천재를 삶에 투자하고 재능만을 예술에 투자했다.

- 오스카 와일드¹

1. 워홀의 프론티어

최근 워홀의 방대한 『앤디 워홀의 일기(*The Andy Warhol Diaries*)』가 드디어 한국에서 번역, 출간되었다. 여기서 ‘드디어’라는 것은 이 책의 번역은 아무리 세계적인 인물이지만 사망한 지 20년도 더 된 미술가의 사소한 삶의 기록이 한국에서 상품이 될 것이라는 출판사의 예측이 놀랍기 때문이다. 2년 전 서울에서의 그의 사망 20주기 기념 전시가 기록적인 인파를 동원했던 사실과 함께 이것은 어떤 현상으로 해석할 수밖에 없다. 그는 과연 아직 건재한 것인가? 그렇다면 어디에서, 어떻게? 이 질문들에 답하는 것이 이 글의 과제 중의 하나가 되겠지만 결론부터 말하면 그는 건재하며, 현재 그가 출몰하는 공간 중의 하나는 인터넷의 유튜브 사이트이다. 유튜브야말로 워홀의 중요한 유산 중의 하나이지니와 여기에서 전 세계적으로 유통되고 있는 워홀의 작업

* 이 논문은 2007년도 정부재원(교육인적자원부 학술연구조성사업비)으로 학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었음(KRF-2007-327-G00015)

1. Alvin Redman, ed., *The Wit and Humor of Oscar Wilde*(Dover, 1959), 64.

과 이미지의 단편들을 어렵지 않게 만날 수 있다. 만약 이들이 그의 알리바이이자 존재증명이라면 그는 틀림없이 현재진행형으로 살아 있다. 덕분에 죽음이 그 작가적 명성에 별로 영향을 미치지 않는 특이한 현상을 가르키는 ‘워홀 효과(Warhol effect)’라는 말도 생겼지만 유품의 옥션이 마치 마지막 작품처럼 주목받고 사후에도 그 존재감이 현재형으로 지속되는 이런 현상은 사이버 공간으로까지 연장되고 있는 것이다.

워홀에 관해서는 지금까지도 마르지 않는 샘처럼 새로운 전시가 잇달아 개최되고 있다. 그간 그의 삶과 작업은 현미경적으로 조명 받아왔지만 주지하는대로 워홀 연구의 큰 변화의 계기는 그의 갑작스러운 사망과 결과적인 ‘타임캡슐(time capsule)’의 공개이다. 잡동사니를 포함한 이 삶의 흔적들은 워홀 연구의 새 지평을 열었고, 이어진 변화의 상징적인 전시는 휘트니 미술관에서의 『The Warhol Look: Glamour, Style, Fashion』(1997-1998)였다. 일각에서 모든 ‘예술 외적인(extra artistic)’ 잡동사니들을 택하는 대신 그의 예술작품을 배제함으로써 작가를 모독했다는 비판이 나올 정도로 이는 정통 미술사 전시의 틀에서 벗어났는데 중요한 것은 이를 기점으로 종전까지 잘 알려지지 않았거나 또는 진지하게 관심을 두지 않았던 작업들이 연이어 발굴되고 전시로 이어지고 있는 상황이다.² 이들의 내용은 그간 공개되지 않았던 타임캡슐이나 영화, 뮤직 비디오를 포함한 비디오, TV, 레코드 커버 디자인, 오디오 테이프 등 다양하다. 이 작업들을 ‘비예술(non-art)’ ‘예술 외적인(extra-art)’, 혹은 ‘예술 같은 것(art-like thing)’, 또는 그 무엇이라고 부르든 지난 10년간의 워홀 관련 전시는 시각문화의 다양한 양상을 다룬 것으로 미술관과 문화산업의 새로운 함수관계를 보여주는 예증들이 된다.

브릴로 박스를 매개로 워홀과 밀접한 인물로 떠오른 아서 단토는 자신이 워홀은 20세기 미술이 배출한 철학적 천재에 가장 가깝다고 주장했을 때 대부분의 지인들이 믿지 않았다고 말했고, T. J. Clark은 “나는 주변에서 진행되

2. 최근의 전시들로는 그의 영화, 비디오, TV 작업들을 중심으로 Stedelijk Meuseum에서 Moderna Museet과 Hayward Gallery로 순회한 『Andy Warhol : A Guide to 706 Items in 2 Hours 56 Minutes』(2007-2009), 파리의 La Maison Rouge 화랑에서의 『Warhol TV』(2009, 2-5월), 그리고 Montreal Museum of Fine Arts의 음악과 춤을 다룬 『Warhol Live』(2008-2009) 와 레코드 커버 디자인을 다룬 『Andy Warhol : The Record Covers 1949-1987, catalogue raisonné』(2008-2009) 등이 있다.

는 미술과 가장 밀접한 연관을 맺고 있다고 믿었을 때조차도 미술을 잘못 파악했다. 예를 들어 워홀에 대한 나의 호전적인 반감은 시간의 테스트를 견디지 못하고 있다”고 고백한 바 있다.³ 물론 이런 풍향의 변화는 워홀 개인만의 공과가 아니지만 그가 이 모든 변화의 진원에 깊이 연루되었기에 미술사학도로서 당대 시각문화를 연구하는 일은 워홀 효과를 평가하는 일과 무관할 수 없다는 결론에 이르게 된다.

시각문화는 물론 현대나 당대 문화에만 한정된 것은 아니며, 윌리엄 미첼(William Mitchell)은 모든 매체는 복합매체로 비주얼하기만한 매체는 존재하지 않음을 설득했지만 당대에 와서 대중 미디어 문화가 폭발적인 확산을 겪고 이미지의 유통이 글로벌해진 환경은 이미지 자체의 삶을 새삼스럽게 돌아보는 ‘iconic turn’의 대두로 이어졌다.⁴ 또한 시각문화의 포화와 더불어 진행된 일상의 미학화는 소소한 일상에 대한 관심과 연구의 증대와 더불어 당대 미술에서 점증하는 ‘예술의 대중문화화’ 현상을 가져오기도 했다. 이는 진부함과 상품문화를 당연한 것으로 받아들이고, 미술과 일상의 경계를 구분하지 않고 일상의 범속과 우둔을 옹호하며, 대중문화의 가치와 형식을 혼용하는 한마디로 ‘post-ironical’한 경향으로, 대중문화에 탐닉하는 이런 상황에서 포스트모더니즘 이후 하이엔로우의 대분리의 해소는 더 이상 논란거리가 될 수 없는 변화가 일어난 것이다.⁵

워홀로 수렴되는 이런 현상들은 급기야 테이트 모던(Tate Modern)에서 그와 그 수제자들을 모은 「팝 라이프: 아프 인 머티리얼 월드(Pop Life : Art in a Material World)」라는 논란 속의 전시로 가시화되었는데 “이 모든 것이 워홀의 잘못이다”라고 선언한 한 전시 리뷰는 역설적으로 그의 프론티어로서의 적자(嫡子)성을 공인한다.⁶ 상업과 문화를 가로지르는 것이 현대의 삶에 참여하

3. Arthur Danto, “Warhol,” *Encounters and Reflections*(Noonday Press, 1990), 286–93; David Carrier, *Proust/Warhol : Analytical Philosophy of Art*(Peter Lang, 2009), xi ; T. J. Clark, “Modernism, Postmodernism, and Steam,” *October*(Spring 2002), 160.

4. Keith Moxey, “Visual Studies and the Iconic Turn,” *Journal of Visual Culture* 7(2008, 8), 131–46 참조.

5. John Roberts, “Mad for It! Philistinism, the Everyday and the New British Art,” *Third Text* 35(Summer 1996), rep, Stephen Johnstone, ed., *The Everyday*(Mit, 2008), 204–12; Angela McRobbie, *In the Culture Society : Art, fashion and popular music*(Routledge, 1999), 6–12.

6. Johanna Pitman, “Pop Life : nothing succeeds like excess,” *Times online*, Sept, 29, 2009. www.tate.org.

는 것이기에 예견된 논쟁을 정면으로 헤쳐 나가고자한다는 이 전시의 의의는 전시 자체 보다는 이를 공론의 장에 올렸다는 사실이다.⁷ 미술과 문화산업 이론가인 벤야민 부홀로는 위홀을 인정하면서도 그의 무차별적인 문화산업 섭렵을 신랄하게 비판해 왔다. 그러나 아도르노가 끊임없는 재생산으로 절대적인 정체를 효과적으로 유지한다고 주장한 문화산업에도 장애와 붕괴(entropy)가 존재할 수 있으며, 미술과 상업미술을 절대적으로 구분하고 그에 대한 반대는 공모일 뿐이라고 주장하는 것 역시 재고의 대상이 될 수밖에 없다. 데이빗 조슬릿(David Joselit)이 지적한 것처럼 예술과 상업예술은 만약 전복이 불가하다면 분열시키고 새로운 방식으로 재방향할 수 있는 연속적인 시스템의 일부이며, 우리는 이미 예술제작과 문화산업의 지양(止揚)을 경험하고 있기 때문이다.⁸ 이 글에서는 위홀의 이런 작업들 가운데 1960-70년대를 대표하는 패션과 1980년대 이후 말년까지의 TV 쇼에 대한 관심을 매개로 그의 선구적인 활동이 남긴 과제가 변화한 시각문화의 지형에 대처하는 것임을 살펴보고자 한다. 그를 통해서 사후 20년이 지난 이 시점에도 대립된 평가의 림보에서 떠도는 그의 사후적 존재를 규명해 볼 수 있을 것이다.

2. 패션

미술은 패션 아트가 되고 있으며 그것이 미술이 가는 방향이다. -앤디 워홀⁹

위홀이 1966년 초반 『TV 가이드』에 팝 패션을 소재로 한 표지 디자인은 그의 패션과 TV에 대한 관심을 함께 예고한듯해서 흥미롭다. (도판 1) 패션모델의 얼굴을 유명인 초상화 포맷으로 배열하여 『인터뷰』 표지의 선례를 만들고 자신도 모델과 함께 포즈를 취하고 있기 때문이다.¹⁰ 『TV 가이드』는 1960-70년

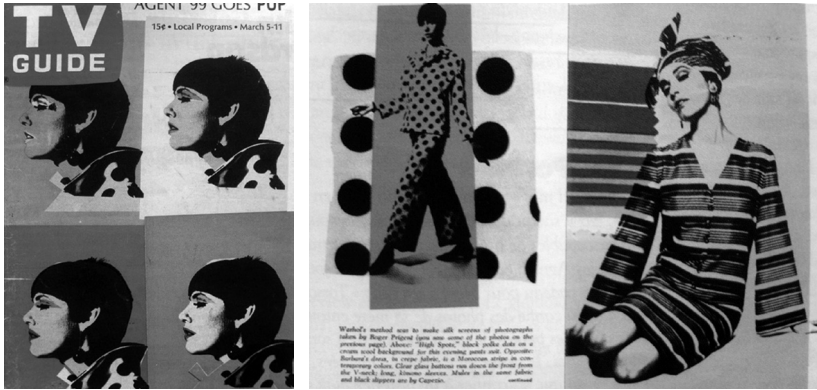
uk/modern/exhibitions/poplife

7. Tate Online, Press Releases, 28 Sept, 2009, www.tate.org.uk/modern/exhibitions/poplife

8. Benjamin Buchloh, Neo-Avantgarde and Culture Industry(October, 2000) ; David Joselit, Feedback : Television Against Democracy(Mit, 2007), 175.

9. Kenneth Goldsmith, ed., I'll Be Your Mirror: The Selected Andy Warhol Interviews 1962-1987(Carroll & Graf, 2004), 271.

10. TV Guide 14(5 March 1966), 23-27. 기사의 제목은 'Barbara Feldon+Andy Warhol=Pop Fashions'이다. Judith Benhamou-Huet ed, Warhol TV(2009, La Maison Rouge), 22-23, 74 참고.



도판 1. 「TV 가이드」, Vol 14, no. 10 March 1966, #675



도판 2. Heiner Friedrich Gallery의 앤디 워홀의 〈그림자들〉과 함께 한 모델들, 「인터뷰」, 1979년 4월. 사진 Bob Kiss

대를 통 털어 구독률이 가장 높았던 대중잡지로 워홀의 필수품이었지만 그가 디자인에 직접 개입한 것은 처음으로 그는 이 작업을 통해서 상업디자이너이자 유명 미술가로서 대중문화의 장르를 차별 없이 다루는 모습을 보여주었다.

그런데 이런 미술, 패션, 잡지의 결합은 1970년대 말 자신의 〈그림자들(Shadows)〉 전시 얼마 뒤에 그 앞에 패션모델들을 세운 사진을 『인터뷰』에 실는 것으로 다시 한 번 반복되었다.(도판 2) 그림자 사진을 실크스크린한 이 작품을 그는 특유의 시니시즘으로 예술이 아니며, 전시 오프닝 때 디스코 파티를 했기 때문에 ‘디스코 데코’라고 했는데, 이런 반응은 이 화보가 폴록의 그

림을 배경으로 한 유명한 패션 사진에 대한 대응이었을 가능성을 높여준다.¹¹ 패션과 미술의 이런 만남은 팝아트의 그룹전 『The New Realists』의 전시작들도 작가명과 제목이 생략된 채 패션잡지 『보그』에 봄 패션의 배경 이미지로 등장하는 사례로 이어졌다. 이들은 클락의 주장을 따르면 키치에 의한 아방가르드의 영입으로 팝아트는 싸워보지도 않고 행복한 셈이 되지만 팝아트가 대중적으로 수용되는 과정에서 미술과 패션의 결합은 아주 자연스러운 현상으로 받아들여졌다.¹²

미술과 패션의 본격적인 소통의 기점은 20세기 후반으로 1996년 패션 비엔날레를 기획했던 제르마노 첼란트(G. Celant)는 패션은 사회학적, 인류학적, 심리학적, 기술적, 경제적, 창의적인 모든 것의 투사와 논쟁을 함축하는 미학적 오브제로서 사진처럼 드디어 미술관에 입성할 때가 되었으며, 패션과 동일하게 글래머와 상업화가 미술의 에센스가 되었고 위홀을 통해 소비주의와 글래머가 위엄을 찾았다고 말했다.¹³ 미술사가 출신 패션 이론가 리처드 마틴(R. Martin) 역시 자신은 미술사에서 패션으로 갔지만 둘을 구분하지 않았고 패션은 미술과 몸과 젠더의 이슈에 가장 적합하며, 그것이 좋은 점은 미술과 달리 상업성이 노골적이기 때문이라고 ‘위홀스럽게’ 말했다.¹⁴ 한편 미학자 데이빗 캐리어는 문화연구가 일상의 물건들을 예술인 것처럼 해석하고 바르트가 광고, TV 등 대중문화를 텍스트로 연구하자 ‘예술 같은 것’의 범주가 확산되는 길이 열렸다고 하며 패션은 많은 사람들이 옷을 선택하는 자유가 있을 때만 예술이 되는데 이것이 위홀의 시기에 일어났고 그의 커리어는 우리가 차라리 패션이 ‘예술 같은’ 점을 환영해야한다는 사실을 암시한다고 주장

11. 패션화보는 『인터뷰』 1979년 4월호에 게재. 디스코 데코 언급은 Wayne Koestenbaum, *Andy Warhol*(Viking Book, 2001), 182. 그런데 폴록은 다른 추상표현주의자들의 비난에도 불구하고 잡지를 통해 작업이 알려지는 것을 긍정적으로 생각했고, 위홀은 비평계의 부정적인 전시리뷰를 염려하고 작품이 단지 장식적이라는 지적에 뜻밖에도 통제력을 잃고 분노했다. 위홀의 반응은 Pat Hacket, ed., *The Andy Warhol Diaries* (Warner Books, 1989), 199.

12. 팝아트 화보들은 “The New Numbers Game in Fashion,” *Vogue*, 15 Jan. 1963. T. J. Clark, *Farewell to an Idea*(Yale U. Press, 1999), 304 ; Sara Doris, *Pop Art and the Contest over American Culture*(Cambridge Univ. Press, 2007), 125–26.

13. 첼란트는 당시 『인터뷰』의 편집장이었던 Ingrid Sischy와 함께 피렌체 비엔날레를 공동 기획했다. Germano Celant, ed., *Looking at Fashion: Biennale de Firenze*(Skira, 1996), 12–16.

14. Richard Martin, “A Case for Fashion Criticism”, *FIT Review* 3,2(1987), 25.

했다.¹⁵

클락은 미술과 패션의 결합을 다른 각도에서 바라보았다. 새로운 형태의 시각성이 문화 전반을 통해 바이러스처럼 퍼져나가고 이미지의 체제가 도래하여 시각예술이 단순히 또는 비가역적으로 이미지 생애의 생산 기구의 일부가 되는 과정에 있거나 없는지 우려하는 그는 『아트포럼』과 『Parkett』를 보면 시각예술과 패션사업의 경계는 더 이상 존재하지 않는듯하고, 존재하지 않을 뿐만 아니라 미술은 그 비존재를 찬양하고, 비존재가 미술의 위대한 긍정(affirmative)의 테마 중의 하나가 된 듯하다고 한탄했다.¹⁶ 클락의 우려는 위홀의 ‘패션 아트’에 대한 예측과 맞물리거니와 그의 지적대로 『아트포럼』의 논설은 시각문화 전반과 위홀의 예술외적인 작업에 일련의 열린 자세를 표방해 온 것이 사실이다. 위홀 사후의 모마 회고전을 기해서 그의 60년대의 훌륭한 작업들을 여타 작업과 분리해서 다뤄야한다는 시각에 대해서는 사업/예술의 일치는 양쪽 기호가 같이 작동할 때만 의미 있다는 것을 깨달은 것이 위홀의 천재이며, 그의 진정한 트릭은 미술의 기호 아래 전통적으로 그 이름을 부여 받을 수 없는 모든 종류의 활동을 유지할 수 있었던 점이라고 했다.¹⁷ 또 창간 30주년 기념 이슈의 논설에서는 시각문화의 보다 큰 영역을 고려하지 않고는 미술과 올바른 관계를 유지할 수 없으며, 미술이 무엇인지라는 한물간 개념을 보호하려는 편협한 행동으로는 문화의 진정한 움직임을 놓칠 위험에 처한다고 역설했다. 이 같은 논조는 시각문화에 대한 전향적인 수용의 분위기를 대변하는데 이는 물론 예나 지금이나 아무 저항 없이 받아들여진 것은 아니다.¹⁸

위홀은 패션 일러스트레이터로 커리어를 시작했고 패션쇼에 모델로 참여한 것이 사망 직전의 마지막 공적 행사였다. 그는 광고 디자인과 쇼윈도 디스플레이로부터 패션 잡지와 TV 쇼, 패션쇼 연출과 모델까지 다양한 일들을 섭렵했으며 스타일과 글래머는 일생을 주도한 키워드였다. 그가 미술의 세계

15. David Carrier, *Proust/Warhol: Analytical Philosophy of Art*(Peter Lang, 2009), 95–106.

16. T.J. Clark, “Modernism, Postmodernism, and Steam,” 161, 174.

17. Jack Bankowsky, “Words Around Warhol,” *Artforum*(Apr. 1989), 142–43.

18. Jack Bankowsky, “Editor’s Letter,” *Artforum*(Sep. 1993), 3; Robert Hughes, “The Rise of Andy Warhol,” *New York Review of Books*, 18 Feb. 1982, 6–10; 주 6 참조.



도판 3. 파라퍼네일리아(Paraphernalia), courtesy of Ulrich Franzen, Live model in the window of Greenwich Village Paraphernalia, *Radical Rags*, 90

에서 클래머러스한 패션의 세계로 넘어간 것은 1970년대였지만 패션을 가치관과 정체성의 표현으로 인식하기 시작한 것은 그가 대중문화의 스타로 자리잡아가던 1960년대였다. 또한 그가 새로운 시각문화로서 패션에 적극 개입한 것은 팩토리가 언더그라운드 문화의 센터로 응집되고 패션계가 심각한 돌연변이를 경험하기 시작한 시기 즉 젊은이들의 ‘유스퀘이크(Youthquake)’가 진행되기 시작하면서 부터이다. 팩토리가 패션 컬럼을 장악하면서 워홀의 패션은 세인의 관심의 대상이 되었는데, 1960년대는 의상이 시각문화의 핵심 아이콘이었으며 패션사(史)에 의하면 이 시기는 패션은 단순한 옷이 아니라 가치이자 삶의 방식, 그리고 일종의 상징이 되었다고 한다. 해서 워홀의 패션 연관을 단순히 상업문화와의 공모로만 치부할 수 없는 여지를 남긴다.¹⁹

1960년대의 패션과 워홀의 관계에서 가장 중요한 것은 뉴욕의 패션 부띠끄 ‘파라퍼네일리아(Paraphernalia)’의 존재였다. 1966년 『뉴스위크』는 팝의 폭발을 다루면서 팝패션은 큰 사업이 되었고 팝스타일이 당대 패션의 10퍼센트 이상을 차지한다고 보도했는데 파라퍼네일리아는 뉴욕에서 가장 팝스러운 가게였다.²⁰(도판 3) 옷 가게이기보다는 해프닝이 지속되는 화랑 같은 개념으로 지어진 이곳에서 워홀은 존슨의 요청으로 1965년 가을 개관 파티를 주관

19. 유스퀘이크는 저명한 패션 에디터였던 다이아나 브릴랜드가 당시 젊은이들의 반항적인 패션이나 음악, 문화운동을 지칭하기 위해 만든 말로 워홀은 당대 대표적인 디자이너 중의 하나였던 벡시 존슨(Betsey Johnson)이나 슈퍼스타 에디 세지윅크(Eddie Sedgwick)등과 함께 그 중심인물로 거론된다. Marilyn Bender, *The Beautiful People*(Coward-McCann, 1967), 43 ; Sara Doris, 167, 317-18.

20. Steven Watson, *Factory Made : Warhol and the Sixties*(Pantheon, 2003), 278-82.



도판 4. 존슨 패션, Lauren Hutton wearing Betsey Johnson's plastic slip dress with do-it yourself appendages made from sequin sheeting, shoes by Herbert Levine, from *Radical Rags*, 87. Howell Conant / Life Magazine ©Time Inc.

하고 그 후에도 패션쇼를 디자인했는데 이때 벽면에 영화를 비추고 모델들을 스포트라이트로 조명하며 록 그룹을 동원해서 인파 때문에 경찰까지 동원되는 소동을 벌이기도 했다. 존슨을 비롯한 이곳의 젊고 실험적인 여성 디자이너들은 종이, 비닐, 마이러(mylar), 플라스틱, 반투명 젤라틴 등 값싸고 일회적인 소재와 데이글로 형광색이나 반짝이는 표면과 전기와 빛을 이용한 라이트 쇼의 미학으로 특유의 외관을 주도했으며, 극단적 화장과 파티에 어울리는 잠시 입고 버리는 기발한 옷들은 젊은이들 사이에 엄청난 인기를 누렸다.

이 부티크의 스타 디자이너였던 존슨은 소매를 탈부착 할 수 있거나, 입는 사람이 다양한 방식으로 연출하도록 장식소품이 포함된 비닐 드레스나, (도판 4) 또는 특수 종이로 만들어 물을 주면 허브가 자라나는 하루 밤만 지속되는 드레스를 제작했는데 결국 이것들은 단순한 옷이 아니라 멀티파트 혼합재료 오브제이자 그 자체로 프로세스나 퍼포먼스 아트 같은 것이었다. 확립된 패션계에서는 물론 이들을 사투리 패션 같은 것으로 폄하했지만 파라퍼네일리아는 패션의 요소들이 퍼포먼스, 설치, 제작 등이 결합되는 워홀의 팩토리화



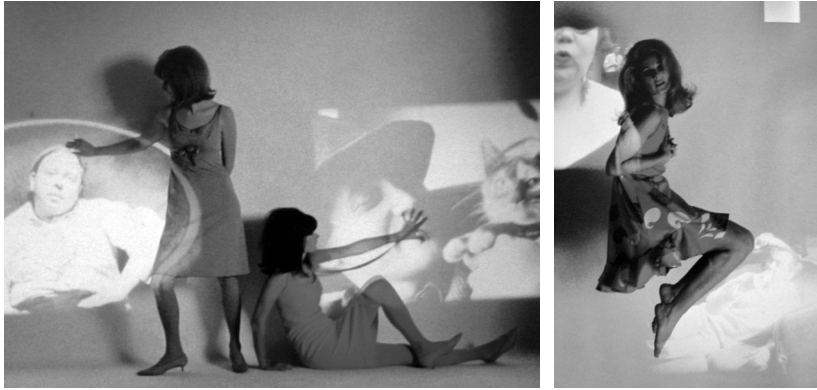
도판 5. Fred McDarrah, Nico, Warhol and Gerard Malanga Printing a Fragile Dress, 1966

싱크가 맞는 곳이자 보수적인 패션관을 근본부터 해체했던 실험적인 패션과 미술이 만남의 장이 되었다.²¹ 일회용 종이옷의 모던한 특성을 평가했던 위홀은 1966년 가을 뉴욕의 한 백화점의 폐지 가게(waste paper boutique)에서 열린 스스로 만드는 팝아트 종이옷의 판촉행사의 일환으로 디스플레이 윈도에서 벨벳 언더그라운드 가수 니코를 모델로 옷에 실크스크린을 하거나 디자인을 부착하는 해프닝을 벌이기도 했다.²²(도판 5)

그런데 1960년대의 위홀의 패션 공간 연출의 특징은 모델과 의상과 영상, 그리고 음악의 조합으로 특유의 퍼포먼스적 상황을 연출하는 것으로 이는 ‘언더그라운드 의상’과 언더그라운드 영화의 만남을 소개한 1965년 3월 『라이프』에 게재되었다.(도판 6) 마틴은 비록 영상이기는 하지만 위홀의 초기 영화들이 대부분 정적(靜的)이어서 『라이프』에 실린 사진들은 모두 고정된 글래머 스틸이자 마치 슬라이드와 같은 고립된 시각 이미지의 효과를 냈다는 점을 지적했다. 위홀의 패션의 원칙은 잡지에 실린 이미지처럼 고립된 아이콘 같은 위상을 가지며, 그는 이미지를 제작할 때 광고나 패션잡지를 참조했는데 중요한 것은 이미지를 고정시키고 또 걸러내는 패션 매커니즘이 그의

21. Joel Loebenthal, *Radical Rags*: F

22. Andy Warhol and Pat Hackett, *Popism*(Harvest Book, 1980), 178, 191. 그러나 위홀은 파라피넨일리아에서 팔리는 첨단 의상들에 대해 “모두 너무 근사해보이지만 수 주 내에 이 가게에 있는 거의 모든 것이 스러질 것이고 그래서 그것이 진정한 팝이다”라고 말했는데 그의 예언대로 시간이 가면서 팝패션의 열병은 사그라들고 이 첨단 패션은 종말을 고했다. 패션의 속성을 너무나 잘 알고 있었던 위홀은 이미 70대 초반 업타운에서 하이패션의 총아인 할스톤(Halston) 등과 교류하며 고급스러운 옷으로 갈아입고 이 시대를 미련 없이 마감했다. *Radical Rags*, 242-44 참조. *fashions of the Sixties*(Abbeville, 1990), 80-90, 96.



도판 6. 'Underground Clothes', 「라이프」, 1965년 3월 19일

예술의 근원이 되었다는 것이다.²³

그런데 패션모델과 영상을 결합시킨 초창기의 작업이 음악과 결합되면서 록 밴드 '벨벳 언더그라운드'를 주축으로 한 멀티미디어 퍼포먼스로 훨씬 격렬하고 사이키델릭하게 진화한 사실은 흥미롭다. 당시 파라퍼네일리아가 새 시대를 향한 입장권이었다면 또 하나의 입장권은 성(性)과 빛과 패션과 음악을 융합한 디스코테크였다고 하거니와 Dom의 'Exploding Plastic Inevitable'은 극단적인 시청각 효과로 사람들에게 주체성과 에고 전복의 체험을 선물했다. 맥루한은 '시간이 멈추고 공간이 사라졌다'고 말했고, 롤랑 바르트는 훗날 파리에서의 비슷한 경험을 들어 이를 '예술'이 문화적 트레이닝의 구속을 넘어 확장되는 공공미술이자 토탈 아트라고 명명하며 새로운 방식의 소비가 주는 자유와 시각적 탐험의 축제로 기술한 바 있다.²⁴

워홀은 이처럼 파라퍼네일리아나 Dom이나 Cheetah 같은 유명 디스코테크, 또는 1970년대에는 보다 고급스럽고 배타적인 클럽 Studio 54 등에 출입하거

23. Richard Martin, "Pre-pop and Post-Pop: Andy Warhol's Fashion Magazines," Who Is Andy Warhol? ed., Colin MacCabe(Andy Warhol Museum, 1997), 41-46. 이와 같은 의상의 이미지화는 상품을 일종의 이미지로 변환시키는 것으로 워홀이 상품과 유명인사의 전유를 통해 상업의 내용을 채택하지만 동시에 그 대상화된 작품들이 자신이 순환하는 제도적인 형식들을 해체한 것과 같은 맥락이다. David Joselit, "Yippie Pop: Abbie Hoffman, Andy Warhol, and Sixties Media Politics," Gray Room 8(Summer 2002), 67-69 참조.

24. Victor Bockris and Gerard Melanga, Up-Tight : The Velvet Underground Story(Cooper Square Press, 1983),7-8 ; Roland Barthes, "At Le Palace Tonight," Vogue-Hommes(May 1978), rep. Incidents(U, of California, 1992), 45-49.

나 『인터뷰』의 편집을 통해 직간접적으로 패션에 개입했지만 스스로 명실상부한 패션니스타가 된 것은 말년의 모델 활동을 통해서였다. 그는 1974년에 패션 잡지 『L'Uomo Vogue』에 등장했지만 정식 직업모델이 된 것은 1980대 초반 졸리(Zoli)와 포드(Ford) 사의 전속이 되고 부터이다. 1967년의 기록에서 그는 “남성의 패션에도 극도로 흥미 있는 일이 벌어지고 있다. 그들이 글래머와 여성패션의 마케팅에서 경쟁하기 시작했는데 이것은 패션을 넘어서 성역할의 문제로 가는 것으로 큰 사회적 변화를 신호하는 것”이라고 해서 남성패션을 젠더와 사회적인 이슈로 진지하게 접근한 것을 보여준다.²⁵ 트루만 카포테가 그는 아마도 워홀 말고는 그 누구든 되고 싶었을 것이라고 간파했듯이 늘 험담한 타인이 자기 역할을 대신 하기를 바랐던 그가 대학에서의 강연 행사에 알렌 미지트(Allen Midgett)를 대신 보낸 것도 그런 문맥이다.

논란의 여지없이 위장(camouflage)은 그의 커리어를 통괄한 기본적인 메타포였으며, 최근에서 그를 관찰해온 콜라첼로(Bob Collacello)는 기만의 예술이나 사람들을 끌리는 재미, 신비화하고, 숨기거나, 거짓말을 하는 위장은 그의 충동이자 전략이며 캠프라고 증언한 바 있다.²⁶ 워홀은 1986년부터 위장 작업을 했고 〈Camouflage Self-Portrait〉을 비롯, 위장모티프로 다양한 작업을 했으며, 패션 디자이너 스티븐 스프라우스(Stephen Sprouse)와 더불어 위장 모티프로 의상제작에도 참여했다. 평소 성정체성을 치환하는 드랙퀸들과 가까워 흑인과 라틴계 드랙들을 화려하게 재현한 〈Ladies and Gentlemen〉(1975)(도판 7) 시리즈를 제작하고 그들처럼 몸소 변신을 실행해본 것은 잘 알려져있다.

흔히 패션은 위장이라고 하고 또 워홀은 늘 각종 화장품이 가득한 가방을 소지했지만 그의 모델작업은 이런 선입견을 가볍게 비튼다. 패션모델로서 대부분의 그의 포즈는 의도적으로 경직됨을 강조하는 듯해서 유명작가가 아니었다면 결코 모델이 되지 못했을 것이라는 확신을 줄 정도로 어색하다. 이런 뻣뻣한 자세는 모든 모델링이 포즈이며 남성성도 포즈라는 것을 선언하고,

25. Popism, 208-9.

26. Bob Collacello, "Andy Warhol, Abstraction and the Camouflage Paintings," *Andy Warhol : Camouflage* (Gagosian, 1998), 8, cited in *Andy Warhol 365 Takes*(Andy Warhol Museum, 2004), 323.



도판 7. 앤디 워홀, <Ladies and Gentlemen>(1975), acrylic and silkscreen ink on canvas, 127×101,6cm, Andy Warhol Museum, Pittsburgh, Self-Portrait in drag을 준비하는 워홀, 1981, polaroid



도판 8. Andy Warhol fashion, modeling in a fashion feature *L'Uomo Vogue*, 2/3월 1974, photos by Oliviero Toscani



도판 9. Cindy Sherman, Untitled # 132, 1984. color, 69x47", Andy Warhol modeling in a fashion feature, *Mademoiselle*, August 1982

더 나아가 수동성에 의존하는 남성미를 검증하는등 남성성을 문제시하는²⁷ 일종의 반글래머를 구현함으로써 통상적인 남성모델 이미지를 해체하는 성과를 올린다. 토스카니(Oliviero Toscani)가 찍은 사진에서는 전형적인 ‘여성’ 포즈가(도판 8) 등장하는데 이는 카메라를 들고 있는 다른 사진과 대비되어 성공적인 남성과 패션이라는 통상적인 설정에서 더 나아가 패션과 함께하는 특이한 미술가상을 제시한다.²⁸ 물론 이들은 사진가와의 공동작업의 산물이지만 모델이나 패션사진가들의 세계를 꿰뚫고 있었던 워홀이었기에 이 생경한 사진들은 미술가의 이미지와 남성모델상에 의도적인 균열을 내고 있는 것으로 받아들여진다. 이런 관점에서 그의 모델링은 신디 셔먼의 직설적인 ‘앤티 패션’ 작업이(도판 9) 건드리지 않은 훨씬 모호한 부분을 다루고 있는 것이다.

한편 미술책보다 TV나 타블로이드로 더 익숙한 트레이시 에민(Tracey

27. Bruce Hainley, "Model," Warhol Look, 290-99.

28. Antje Krause-Wahl, "Between Studio and Catwalk—Artists in Fashion Magazines," *Fashion Theory* 13, 1 (2009), 16-18.

Emin)은 비비엔느 웨스트우드의 모델로 비교 대상이 된다. 에민은 전시 오프닝에 나타나 응원하는 팬클럽을 가진 작가로 미술가의 이미지를 근본부터 흔들어놓은 점에서는 워홀의 후계자들 가운데도 단연 독보적이다.²⁹ 패션 사진에서도 미술작품에서와 마찬가지로 에민의 에센스는 여성 섹슈얼리티와 별린 다리를 강조하는 포즈로 이어졌는데 웨스트우드 의상으로 막 갈아입은 모습으로 카메라 릴리스를 들고 프레임 밖에 있는 거울을 뚫어져라 보고 있는 에민은 워홀이 그랬던 것처럼 통상적인 모델의 포즈를 배반하지만 수위가 높은 노출은 양면적으로 읽힌다. 즉 그의 미술에 익숙한 사람은 그 포즈가 당연해 보이고 그렇지 않은 사람은 그가 유명한 미술가라는 사실에 충격을 받을 것이지만 양쪽 모두 이 사진이 당연하게 받아들여지지 않을 것이다. 당대 패션잡지에 등장하는 미술가의 이미지는 성공한 작가이자 명성과 글래머를 확보한 패션리더의 그것이지만 이 패션사진은 전통적인 미술가상, 또는 여성 미술가상을 내파하는 점에서 그의 미술과 크게 다르지 않다.

이런 배경에서 마우리찌오 카텔란(Maurizio Cattelan)이 주도한 가짜 '카리비안 비엔날레' 역시 『L'Uomo Vogue』에서 실제 프로젝트로 발전된 것은 주목할 만하다. 리크릿 티라바니자(R. Tiravanija)나 토비아스 레베르거(T. Rehberger), 바네사 비크로프트(V. Beccroft)등 그곳에 초대받았던 작가들이 특별히 모델 같은 포즈를 취하지는 않았지만 의상의 브랜드가 분명히 드러나는 사진을 찍은 것이다. 이들의 사진에서는 작가의 이름이 제품의 질을 보증하는 역할을 하는 것인데 정작 당사자들은 패션을 광고하는 것과 패서너블한 미술이벤트를 광고하는 것은 서로 다르다고 주장했다고 하여 모호한 여운을 남긴다.³⁰ 워홀이 '개척'한 패션 모델링은 이처럼 수많은 후속 작업들로 이어지고 있는데 이들의 패션이나 패션문화에 대한 관계가 영입인지 혹은 비판적 공모인지는 열린 질문으로 남는다.

29. Mandy Merck and Chris Townsend, "Eminent Domain," *The Art of Tracey Emin*, eds., Mandy Merck and Chris Townsend(Thames and Hudson, 2002), 6-17. 에민이 웨스트우드를 입는 것은 자연스러운 일로 웨스트우드는 패션계의 에민이고 에민은 미술계의 웨스트우드라 할 정도로 둘은 모두 각자의 세대에서 보면 와일드 차일드이자 무정부주의적 반항아들이기 때문이다. Ulrich Lehmann, "The Trademark Tracey Emin," *ibid.*, 67-76 참조.

30. Antje Krause-Wahl, 22-23.

워홀은 패션에 대한 자신의 역할을 제조업이나 디자이너가 아니라 “반영하는” 것으로 규정했지만 모델링의 분야에서는 자신만의 분명한 영역을 확보한 것으로 판단된다. 그가 장래의 미술을 ‘패션아트’라고 했을 때 그것은 아마도 의상으로서의 패션아트와 보들레르가 논한 ‘절대상품’처럼 미술이 유용성이나 가치에는 무관심하고 충격, 기이함, 놀라움, 덧없음 등의 특성을 갖춘 순환이 전부인 패션과 같아지는 경향을 뜻하는 이중적인 의미였을 것이다.³¹ 워홀의 예견을 어떻게 받아들일지는 미술잡지 뿐만이 아니라 패션잡지나 대중매체에 출몰하는 수많은 미술가의 이미지들이 한가지 답이 될 것이다.

3. TV

워홀은 그의 전체 현실감각이 TV 튜브로 형성된 알팍한 화가이다. — 로버트 휴즈³²

워홀의 TV 사랑은 1950년대 말부터 시작되었고 그의 침실에는 TV 셋트가 4개까지 있었다. 그것은 삶의 필수품이었지만 그의 TV관은 보통 사람의 그것과는 아주 달랐다. 그는 TV가 너무 중요해서 2개를 동시에 보았으며 모든 사람이 최소 두개는 가지고 있어야 한다고 생각했다. 또 재방송을 전혀 개의치 않고 밤 뉴스의 재방송을 좋아하는 프로그램으로 꼽았으며, 광고가 정규프로그램의 흐름을 끊는 것을 더 좋아 했다. 특히 TV의 좋은 점은 한밤에 깬 때 켜 있는 점이라며 잠 잘 때도 TV를 끄지 않았는데 물론 프로그램이 뭐든지 상관하지 않았다. “프로그램은 바뀌지만 그러나 어떤 일인지 늘 똑 같다. <페이톤 플레이스>의 매 에피소드는 30분간 지속되지만 정말 아무 일도 일어나지 않는다”라고 한 그는 TV 프로그래밍을 서로 다른 개별적 프로그램의 시퀀스이기보다는 총체적인 흐름(flow)으로 파악하거나, 이런 ‘총체적 흐름’은 기억자체와 비판적 거리를 쓸모없이 만들며 TV에서는 상업방송이든 아니든 기억이 아무 역할을 하지 못해서 어떤 것도 마음에 출몰하거나 잔상을 남기

31. Jean Baudrillard, “Absolute Merchandise,” *Artstudio*, 8 Special Andy Warhol(Spring, 1988), 6–12, rep. Andy Warhol : Paintings, 1960–1986(Hatje, 1995), 18–21 ; Benjamin Buchloh, “The Andy Warhol Line,” *The Work of Andy Warhol*, ed. Gary Garrels(Dia, 1989), 52–69.

32. Robert Hughes, 10.

지 않는다는 주장에 공감하는 듯이 보인다.³³

그러나 물론 TV의 힘을 과소평가 하는듯한 제임슨이 생각하는 것처럼 그렇게 간단하지는 않다. TV의 흐름의 편재는 어떤 식으로든 우리의 의식에 각인되며 파편화된 이미지의 나열은 그 존재만으로도 하나의(가상의) 리얼리티를 형성하기 때문이다. 이는 로버트 휴즈가 “언뭇을 들여다보는 나르시서스처럼 수천시간을 마비시키는 TV 화면의 푸른 섬광을 응시했던 노동자 계층의 아이”라고 경멸조로 묘사했던 워홀이 훗날 어른이 되어 자신은 언제나 삶을 살기보다는 TV를 시청하는 게 아닌지 의구심을 가졌고, 인생에서 일어나는 일은 영화보다 더 비현실적이어서 실제로 일이 생기면 그건 마치 TV를 보는 것 같아진다고 TV와 현실의 관계를 정의한 사실에서 증명된다.³⁴

그런데 이처럼 “하루의 종일은 TV의 종일” 또는 “TV의 하루는 24시간 영화와 같다”는 그의 말은 지각 경험의 가상화를 논하는 비릴리오의 ‘teletopological 퍼즐’을 환기한다. 비릴리오에 따르면 TV는 우리의 원근법적 공간의 뚜렷한 종말을 고한 것이고, 리얼리티는 더 이상 시간과 공간으로 정의되지 않으며, 테크놀로지의 발달이 우리를 모든 곳에 있으면서 아무 곳에도 없는 존재의 파라독스를 허용하는 가상의 세계에 있도록 만들었다. 또한 이처럼 스크린이 공간의 잃어버린 차원의 위치이자 시간의 테크놀로지컬한 전환이라면 외출하지 않을 때는 재방송을 개의치 않고 종일 TV를 시청하던 워홀에게 TV의 텔레비주얼한 공간은 “은둔자의 자폐적인 칩거와 조각난 몸의 스키조프레니한 불안”을 체험하게 한 혼란스러운 공간이 된다.³⁵

그러나 역설적이게도 그는 TV라는 대표적인 대중매체와 공간의 크기 사이

33. 'I'll Be Your Mirror, 166. TV 관련 언급들은 일기와 워홀의 저서, 인터뷰 등에서 발췌함. Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form*(Schocken Books, 1975), 93, 95 ; Frederic Jameson, "Surrealism without the Unconscious," *Postmodernism*(Duke U. Press, 1991), 70-1.

34. Robert Hughes, 7 ; Andy Warhol, *The Philosophy of Andy Warhol*(Harvest, 1975), 91.

35. 폴 비릴리오의 조어 tele-topology는 시각장에서 지각하는 몸의 일차적인 위치가 기차나 자동차 등 현대의 스피드 머신의 등장으로 근본적으로 변화한 상황을 뜻한다. 이런 질주의 경험은 장소나 형태의 리얼리티가 멀리서 바라보는 경험으로 대치되는 현상으로 비록 내 시선의 가시장 안에 있어도 물리적 몸이 더 이상 만지거나 접근할 수 없는 방송 이미지나 위성방송 또는 화상 대화 등의 이미지들이 된다. Paul Virilio, *The Lost Dimension*(Semiotext(e), 1971, 1991), 71, cited in Victor Burgin, *In/Different Spaces: Places and Memory in Visual Culture*(U. of California Press, 1996), 158. Anne Friedberg, "Virilio's Screen: The Work of Metaphor in the Age of Technological Convergence," *Journal of Visual Culture* 3(2004, 2), 183.

의 함수관계를 예민하게 느끼고 있었다. 비록 TV의 흐름에 실제에 대한 감각을 잃을지라도, 아니면 도리어 TV의 현실감이 너무나 강렬하기 때문에 대중의 공간에 하나의 독특한 흐름으로 개입하고 싶었던듯 하다. 그리고 그가 원하는 것은 특별할 것이 없는 '일상'의 쇼를 진행하며 많은 사람들의 안방을 차지하는 TV 스타였다.

아무리 유명한 록 스타라도 TV 스타처럼 특별하게 느낄 수는 없을 것이다, 그는 아무리 작은 사람이라도 원할 수 있는 만큼의 모든 공간을 TV 박스 안에서 차지하고 있는 것이다. ... 나는 수줍지만 큰 공간을 차지하고 싶어서 늘 갈등을 겪었다 ... 그것이 내가 TV를 사랑하는 이유이다, 그것이 내가 TV를 그 안에서 가장 빛나고 싶은 매체로 여기는 이유이다. 말했듯이 'Nothing Special'이라고 부르는 나만의 쇼를 가지고 싶다.³⁶

워홀에게 1970년대는 1960년대의 팩토리 중심의 일탈적인 언더그라운드 문화에서 벗어나 그가 원하는 패션과 클럽 등의 화려함으로 이루어진 라이프스타일에 적극 참여하는 시기였으며, TV는 자신을 미술계 인물에서 대중문화의 유명인사로 전환시켜줄 핵심적인 매체였다. 개인적인 커리어 면에서도 비평적 폄하와 무시 속에서 고민하던 그는 TV가 탈출구나 반전의 창구가 되리라 기대했던 것이다. 워홀은 1970년부터 영화보다 훨씬 다루기 간편하고 보다 현장감 있게 인터뷰를 할 수 있는 비디오카메라를 활용하기 시작하여 흥미 있는 소재를 찾아가거나 스튜디오와 특정장소에 비디오를 장착, 은행의 감시 비디오와 유사하게 모든 방문객을 찍었는데 이런 방식으로 1971년 말부터 1976년까지 300여 개의 소위 〈Factory Diaries〉가 만들어졌다. 이 비디오 작업 가운데 사람들이 그가 당초 하고자 했던 소프 오페라 식으로 제작된 것이 끝없이 전화하는 모습을 다룬 〈Phoney〉(1973)나 부부가 다투는 모습을 찍은 〈Fight〉(1975)등으로 이들은 그의 영화처럼 허구(대본)와 실제가 구분하기 어렵게 뒤섞여있다.

그가 정작 방송용 TV 프로그램을 제작하게 된 직접적인 계기는 'Saturday Night Live' 프로듀서가 90분짜리 워홀 특집을 제안한 것이다. 당시 그는 준비미비를 이유로 거절했지만 곧 팀을 꾸려 1979년부터 1987년 사이에 MTV 포

36. The Philosophy of Andy Warhol, 146-7.

함 케이블 TV에서 42개의 프로그램을 제작 방송했다.³⁷ 워홀은 당시 『인터뷰』처럼 비디오 매거진을 만들려 하며 TV에 패션 매거진을 하는 것이라고 천명했는데 이로써 그는 가장 중요한 양대 시각매체인 TV와 잡지를 보유하게 된 것이다. 1979년의 첫 시리즈 〈Fashion〉은 패션디자이너들을 유명인사로, 패션쇼를 새로운 스펙터클로 강조하는 프로그램으로 패션 디자이너나 관련 인사들에게 할애되었다. 두 번째 〈Andy Warhol's TV〉 시리즈는 생방송 TV 매거진 형식으로 주요 토픽과 패션디자이너, 가수, 미술가 등 유명하고 패셔너블한 인물과의 인터뷰로 이루어졌고, MTV에서 방송된 세 번째 〈Andy Warhol's Fifteen Minutes〉은 워홀의 사망으로 중단된 시리즈로 마지막 에피소드가 그에 대한 메모리얼로 구성되었다. 워홀이 인터뷰어로 나와서 TV를 보며 채널 서핑을 하는 가운데 등장인물 모두가 '15분간 유명해지는' 상황을 연출하는 것으로 빠르게 연속적으로 진행되는 포맷으로 그는 점점 자신감을 얻고 세련되어 갔다.³⁸

이 프로그램들은 케이블 TV에서 수없이 거절당하고 사람들의 주목을 거의 끌지 못했다. 초창기의 〈Fashion〉 가운데서도 주목받는 에피소드인 다이아나 브릴랜드와 헨리 켈드젤러의 대화나 벤티 존슨 등의 유명인사의 인터뷰조차도 각기 30분씩 진행되어서 주제에 특별히 관심 있는 관객이 아니면 지루할 수밖에 없다. 후에 인터뷰들은 짧아지고 진행도 스피디해졌지만 관객을 끌어들이기에는 역부족이었는데 1981년 'Saturday Night Live'에 1분짜리 시퀀스 3개를 만들어 넣은 것은 히트했다. 워홀은 안경을 벗고 의상도 바뀌어가며 자신을 퍼포머, 스탠드업 코메디언, 해설가 등으로 보여주면서 변화한 이미지를 만들어갔다.³⁹(도판 10)

그는 케이블 TV 쇼 외에도 음악과 패션 비디오를 제작하고, TV 코머셜에

37. Eva Meyer-Herman, "TV-Scape," Andy Warhol : A Guide to 706 Items in 2 Hours 56 Minutes, ed., Eva Meyer-Hermann(Stedelijk Museum, 2008), 215-17 ; Judith Benhamou-Huet, "Andy Warhol On Air," Warhol TV, 2 참조.

38. Greg Pierce, "On Factory Diaries 1970-1982," Andy Warhol : A Guide, 126-33.

39. John Handhardt는 워홀의 재치가 엿보이는 대목으로 토요일 밤에 사람들이 왜 집에서 TV를 보는지 묻는 부분이나 죽음에 대해 말하면서 메이크업하는 모습을 보여주는 것 등을 꼽았는데, 그의 머리가 잘려서 바닥에 놓인채 "즐거운 시간 보내세요"라고 말하는 장면이 유명하다. John Handhardt, Andy Warhol's Video & Television(Whiney Museum of American Art, 1991), 10-11 참조.



도판 10. 'Andy Warhol's TV' on *Saturday Night Live*, 1981, 1인치 videotape, color, sound, 1.5min

등장하고, 또 뮤직 비디오를 제작하면서 바텐더 역할을 하는 등 두 편에는 직접 등장하기도 했으며, 사망 전에 상업 TV와 할리우드의 다양한 사업 제의가 있었지만 거절하고 한 소설의 영화와 TV 판권을 획득해서 영화와 TV 프로젝트를 발전시킬 계획을 가지고 있었다. 사후에 처음으로 그의 TV 작업을 미술관에서 전시한 휘트니 미술관의 존 핸하르트의 평은 워홀의 TV 밴치의 성과를 다음과 같이 잘 요약했다. 즉 그의 TV 쇼는 명성과 즐거움을 향한 “돈 키호테식 추구”였으며, 이들의 매력은 유명인들과 대중문화의 복합적 모습을 장난스럽게 병치한 것으로 예술을 대중 퍼포먼스로 변화시키고 대중문화와 미술 사이의 장벽을 타파한 첫 기록을 제공한 것이다.⁴⁰

워홀은 TV 프로그램으로 원하는 만큼의 공간을 확보하지는 못했지만 패션 모델링의 경우처럼 미술가의 전통적인 이미지와 역할에 안주하기를 거부하고 대중적인 문화산업의 제작에 적극 참여하는 파격을 행함으로써 논란의 대상이 되었다. TV는 우리의 일상을 구성하는 가장 강력한 제도 중의 하나이면서도 개인이 개입하여 흐름을 바꾸기는 불가능한 매체이다. 워홀은 자신의 TV 작업을 예술이라고 생각하지 않았지만 그에 개입하여 미술가가 만든 프로그램을 선보였고, 궁극적으로 이들은 미술관에서 전시되고 있고 수많은 단편들은 유튜브에서 재생되고 있어서 그는 정작 자신이 원하던 공간을 사후에 확보한 셈이다.

40. Greg Pierce, "On TV 1979-1987," *Andy Warhol: A Guide*, 218-227; John Handhardt, 8.

TV와 현실을 혼동한 워홀의 TV 쇼들은 그의 비디오나 영화처럼 어디까지가 실제이고 어느 부분이 대본인지 구분이 어렵다. 또한 그의 쇼들은 카메라에 잡힌 센세이셔널한 현실인지 아니면 꾸민 이야기인지, 또는 삶의 편린들이 모인 것인지 아니면 교묘하게 배열된 것인지 의아해지게 만든다.⁴¹ 그가 예술과 일상 간의 경계의 소멸, 허구와 실제의 병치 등의 문제들을 잘 다룰 수 있었던 것은 '일상'이 영화나 책을 통해서 진작부터 다루어 온 그의 지속적인 테마였기 때문이다. 워홀의 첫번째 소설로 주인공의 24시간의 언행을 기록한 『a : a novel』(1968)의 놀라운 점은 그가 대부분의 사람들이 도저히 읽어들 수 없는 원고를 검토하기 위해 처음부터 끝까지 여섯 번씩 읽었다는 믿기 어려운 회고인데, 녹음 테이프를 글로 옮기는 과정은 부정확하고 오류투성이었지만 실크스크린 제작의 실수를 개의치 않은 것처럼 그는 오류를 그대로 수용했다고 한다.⁴²

이 소설처럼 24시간 아이디어가 바탕이 되었던 <푸처 리틀 리치 걸(Poor Little Rich Girl)>(1시간 6분, 흑백, 1965)을 만들면서 그는 “나는 늘 에디의 생에서 하루 종일을 다루는 영화를 하고 싶었다. 나는 특정 장면과 시간을 뽑아서 결합하는 아이디어를 결코 좋아하지 않았다. 그건 실제 일어난 일과 다른 것이 되어버리고 삶과는 다른 것이 된다”라고 말했다.⁴³ 그의 가장 긴 영화 <****>(Four Stars) 혹은 24시간 또는 25시간 영화(1966-67) 역시 비슷한 감성으로 제작되었다. 분리할 수 있는 여러 편의 영화들의 모음인 이것은 30분 짜리 릴 90개로 구성된 25시간짜리 필름으로 시네마테크에서 1967년 12월에 단 한번 프로젝트 3대를 동시에 비추는 방식으로 상영되었다.⁴⁴ 이 영화를 감상하던 순간에 대한 그의 기록은 특히 인상적이다.

그것들을 모두 함께 보는 일은 그 일들이 일어났던 때보다 내게 어쩐지 더 리얼해보였는

41. Eva Meyer-Herman, “TV-Scape,” 217.

42. Victor Bockris, “Andy Warhol the Writer,” Who Is Andy Warhol? ed., Colin MacCabe(Andy Warhol Museum, 1997), 18-19 ; Koestenbaum, 132-34.

43. Popism, 110 ; Johannes Schmidt, “On Films 1963-1968,” Andy Warhol : A Guide, 151-54.

44. 상영방식은 논란이 있는데 워홀의 전기를 쓴 Koestenbaum은 이 영화가 <첼시 걸즈>처럼 두 화면을 보여 주는 방식으로 상영되었다고 하고, 후에 워홀미술관 자료실의 Matt Wrbcian은 세 화면이 동시에 비춰졌다고 한다. Wayne Koestenbaum, Andy Warhol(Viking Book, 2001), 142-3; Matt Wrbcian, “Time Capsule 61 Goes to the Movies,” Andy Warhol : A Guide, 115-25.

데(사실은 더 안 리얼했고, 실제로는 더 리얼했다) — 어느 흐린 날 에디와 온다인이 바람 부는 황량한 해변에서 카메라 돌아가는 소리만 들리는 가운데 서로 웅크리고 담뱃불을 붙이려고 하는 동안 그들의 목소리가 모래 둔덕 위로 흩어져 사라지는 광경 — 사람들은 들락거리고 일부는 잠이 들었지만 나는 단 일초도 스크린에서 눈을 뗄 수가 없었다. 나도 이 영화 전부를 본 것은 처음이라는 게 이상했고 두 번 다시 이를 볼 수 없을 것이라는 것도 알았다. 해서 그것은 인생, 우리들의 삶과 같이 우리 앞에서 섬광처럼 번쩍이고 있었지만 그냥 지나가 버리고 두 번 다시 그것을 볼 수는 없을 것이었다.⁴⁵

워홀은 영화를 만들며 자신이 좋아하는 테마는 두어 시간 동안 눈앞에서 일어나는 일을 감상하는 것이라거나, 좋아하는 영화는 은행이나 건물입구 등의 감시 카메라로 찍은 것이며, 초상화를 만드는 새로운 방법은 일본짜리 루프 비디오테이프를 만들어 무제한 보는 것이라고 말했고 실제로 초상화의 궁극을 보여준 <스크린 테스트>라는 걸작을 만들었다. 이런 작업들은 일반인의 일상을 담은 '리얼리티 TV'의 유행이나 유튜브를 예고한 것이고, 또 일기서술자로서의 영화제작은 1990년대 이후 부쩍 늘어난 자기제작과 자기배급을 하는 DIY 영화를 선행한 것이다.⁴⁶

보드리아르는 인공성이 현실의 중심에 존재한 후로 예술은 어디든 존재하며 예술이 죽었다는 것은 비판적 우월성이 사라졌기 때문만이 아니라 그 자체구조와 분리될 수 없는 미학으로 완전히 스며들어 있는, 현실 그 자체의 이미지와 혼동되기 때문이라고 했다. 또 블랑쇼는 일상은 진부함이지만 만약 그것이 살아가는 방식 그대로의 즉흥성으로 모든 사변적인 체계화로부터 도피할 수 있는 생존을 우리에게 되돌려준다면 이 범속은 가장 중요한 것이기도 하다고 했다. 워홀은 어쩌면 'Nothing Special'한 TV 쇼를 통해 블랑쇼의 '범속'의 진수를, 즉 지적이고 제도적인 권위를 반복할 '질의 결여(absence of qualities)'를 보여주고 싶었는지도 모른다.⁴⁷ 그러나 우리 모두가 짐작하듯 범속을 통해 범속을 잘 드러내는 일은 지극히 어려운 일이다.

45. Popism, 51-52.

46. Rachel Turk, "Screen Icon," The Warhol Issue, Artlines: Art and People 3(Queensland Art Gallery, Dec-Mar 2007), 28.

47. Jean Baudrillard, Simulations(Semiotext(e) 1983), 151 ; Maurice Blanchot, "Everyday Speech," Yale French Studies 73(Yale University Press, 1987), 13, rep. Maurice Blanchot, The Infinite Conversation(U. of Minnesota, 1993), 238 ; Stephen Johnston, ed., The Everyday(Mit, 2008), 15.

4. 좋은놈, 나쁜놈, 무심한놈

내게 이미지가 있다고는 생각하지 않는다. 좋든, 나쁘든. — 앤디 워홀⁴⁸

〈좋은놈, 나쁜놈, 이상한놈(The Good, the Bad, The Weird)〉(2008, 감독 김지운)은 유명한 스파게티 웨스턴 〈좋은놈, 나쁜놈, 추한놈(The Good, the Bad, and the Ugly)〉(1966, Sergio Leone)을 리메이크해서 크게 히트한 한국영화이다.(도판 11) 이 영화에 등장하는 인물들은 방식의 차이는 있으나 모두 돈을 쫓는 역할로 좋거나 나쁜 인물로 그려져서 워홀에 대한 세간의 평가를 환기하는데는 제격이다.

토마스 크로는 공적으로 존재하는 적어도 세 종류의 워홀을 구분했는데 이들은 각종 언행과 활동으로 자신이 스스로 창조한 워홀, 그림이나 영화를 통해서 드러나는 워홀, 그리고 미술계를 멀리 벗어나 비엘리트 문화에서 실험하는 페르소나로 역사가나 비평가들로 부터는 대개 무시당해 온 워홀이다.⁴⁹ 그를 평가하는 보다 전형적인 방식은 피격을 기점으로 나누는 것으로 인정받는 전기작과 맥빠진 후기작, 미술과 사업, 혹은 미술과 시각문화로 구분하는 것이다. 보다 흔하게는 총체적 비판도 승인도 어려워 1961-68년 사이의 회화나 판화를 좋은 워홀로, 이후는 나쁜 워홀로 나눈다.

그런데 나쁜 워홀의 '추락'의 예로 가장 빈번히 거론되는 것은 TV 시리즈물 〈러브 보트(Love Boat)〉에 카메오로 등장한 일로 이는 비판성과 아이러



도판 11. 「좋은놈, 나쁜놈, 이상한놈」 포스터, 2008, 감독 김지운, <http://ask.nate.com/qna/view.htm...D8888380>

48. Andy Warhol Museum, Andy Warhol 365 Takes(Harry N Abrams, 2004), 306, A quotation from Warhol cited in eulogy at Warhol's Memorial Service, Apr, 1987.

49. Thomas Crow, "Saturday Disasters: Trace and Reference in Early Warhol,(1987), revised and rep, Modern Art in the Common Culture(Yale U. Press, 1996), 49, 크로 역시 세 번째 워홀은 무시했다.

니로 무장한 전통적인 미술가의 역할을 버리고 통속적인 대중문화에 '투항'했다는 사실 때문일 것이다. 결국 대중문화 또는 문화산업에 대한 비평적인 거리의 유지 여부가 그의 선악을 결정짓는 잣대인 것이다. 앞에 언급한대로 부홀로는 워홀의 아노미와 도덕적 불감증에 기반한 절대적 무관심 즉 '무심함'을 신랄하게 비판했다.⁵⁰ 그는 워홀은 처음부터 일관되게 그의 작업의 형식적 원칙을 상품으로 택하여 문화산업에 순응하여 부정과 비판의 전통과 충돌했으며, 정치에 무관심하고 시니컬하고 기회주의적이었는데 그 미학적이고 전복적인 강도가 어디서 나올 수 있는지를 비판했다.⁵¹

이런 배경에서 「Pop Life : Art in a Material World」전의 기획은 워홀 평가의 하나의 획이 될 전망이다.(도판 12) 이 전시는 팝아트와 워홀 다시읽기의 산물로 워홀과 1980년대 이후부터 단순히 매스미디어 문화에 언급을 하는 것이 아니라 명성제조기와 시장에 전략적으로 침투해서 문화와 상업을 융합하고 그 경계를 넘는 후예들을 다룬다. 기획자들은 부홀로의 “무자비한 긍정적인 미학(aesthetic of ruthless affirmation)”⁵²에 대한 논쟁을 과감히 뚫고 나가는 것이 기획의도이며, ‘타락 이후의’ 워홀의 비판적 거리 포기를 다시보고자 한다. 그것은 미술의 은둔폐쇄적인 영역 밖의 작인(agency)을 창조하는 그의 비즈니스 아트 모델이 ‘비판성’의 재정의의를 요청하기 때문이며 긍정에 기반한 비판성의 모델이 가능한가를 질문하는 것이라고 한다. 또한 당대작가들은 아방가르드작가들이 전통적으로 취하는 비판적 자세에 도전하여 보다 모호한 접근을 통해 ‘전복적 공모’를 추구하는 것이며 이는 결국 축하로서의 인정이 아니라 늘 어떤 종류의 소요가 있고 그것이 포인트라고 했다.⁵³

50. Gary Garrels, ed., "Discussion," *The Work of Andy Warhol*(Dia, 1989), 124-39. 이 책은 1987년의 워홀에 대한 심포지움의 결과물로 Charles Stuckey, Nan Rosenthal, Rainer Crone, Trevor Fairbrother 등이 패널로 참여했는데 부홀로는 모든 다른 패널에 반대해서 워홀의 유일한 리얼리티는 글래머와 사회생활이라며 탈정치적 성향을 심대한 아노미적 시니시즘으로 비판했다.

51. Neo-Avantgarde and Culture Industry, xxiv-xxxiii ; Benjamin Buchloh, "Andy Warhol's One-Dimensional Art : 1956-1966," *Andy Warhol Retrospective*, ed. Kynaston McShine(Moma, 1989), 56-57, 64-5.

52. Neo-Avantgarde and Culture Industry, 468.

53. Tate Online, Press Releases, 28 Sept.2009, www.tate.org.uk/modern/exhibitions/poplife : 전시소개책자 : Jeffrey Kastner talks with Jack Bankowsky and Alison Gingeras about "Pop Life 'In It to Win It,'" Artforum (Sep. 2009), 워홀 이외의 참여작가들은 Jeff Koons, Murakami Takashi, Keith Haring, Damian Hirst, Richard Prince, Tracey Emin, Martin Kippenberger 등 모두 상업적인 성공과 명성을 얻은 작가들이다.



도판 12. Tate Modern, 「Pop Life : Art in a Material World」 전시 광경, 2009. 10

결국 위홀 평가에서 문제되는 것은 그의 ‘예술 외적인’ 시각문화 작업이 어떤 종류의 소요를 초래하는 ‘모호한 공모’인지 여부와 더 나아가 궁정에 기반한 비판성의 모델이 가능한가라는 점이다. 위홀은 누구보다 먼저 시각문화 전반에 개입하고 그를 만드는 데 동참했고 결과적으로 나쁜놈 또는 무심한 놈으로 비판받아왔다. 그러나 앞에서 살펴보았듯이 그가 별다른 상업적 성공을 얻지 못했던 패션과 TV 작업에서 전자는 모델링에 개입해서 젠더와 남성성에 균열을 냈고, 후자에서도 비록 가시적 성과는 얻지 못했지만 네트워크 TV의 일방적인 흐름에 개입했다. 크로가 말한 첫번째 위홀에 의하면 이들을 ‘전복적 공모’라고 보기는 어려워 보인다. 그러나 그 모든 상업적인 야합과 절충에도 불구하고 그는 충분히 반골이었으며 그것이 ‘좋은’ 위홀을 만드는 원동력이 되었듯이 똑같이 문화산업에도 개입하게 만든 힘이었다고 판단된다. 확실한 것은 미술은 더 이상 시각문화로부터 고립된 채 만들어질 수 없고 미술사 역시 그러하며 이는 위홀을 능가하는 그의 후예들의 작업이 웅변해온 바이다.

위홀의 활동 범위에는 미술가, 상업디자이너, 영화감독, 대중음악 프로듀

서, 저술가, 출판업자, 사진가, TV 프로듀서 등 기왕에 잘 알려진 분야 외에 전시기획자, 배우, 패션모델, 대기업 광고모델, 일종의 스텐드업 코메디언 등이 추가된다. 이는 혹자가 지적하듯 그가 이질적인 것들이 혼재하는 잡지의 멘탈리터를 가진 것이며 다방면의 관심과 활동을 망라한 그는 현대시각문화의 '르네상스 맨'으로 불리워 손색이 없다.⁵⁴ 따라서 그를 제대로 평가하기 위해서는 이런 방대한 작업 전반을 보는 일이 반드시 필요하며, 다양한 대중시각문화에 개입한 그 활동들이 반드시 미술과 동떨어진 '타락'이기 보다는 "미술, 대중문화, 일상 사이의 긴장에 대한 생산적이고 복합적인 대응"이었음을 인식하게 된다.⁵⁵

빅터 버진이 지적하지 않더라도 모든 층위의 생산과 분배에서 문화일꾼들은 같은 테크놀로지와 제도에 의존하고, 모든 문화산물들은 상품화의 대상이 되고 있는 상황에서 반हे게모니적인 순수의 섬들은 더 이상 존재할 수 없다. 대중시각문화는 축하나 폄하의 대상이기보다는 우리의 열망과 욕망의 생산과 조정(articulation)에 개입된 복합성이라는 점을 인정한다면,⁵⁶ 워홀의 모든 성취를 부인한다 하더라도 미술사로 하여금 이런 문제들을 당면하게 한 사실 만으로도 그가 확보한 공간은 드넓다는 것을 수긍하게 된다. 그리고 그것이 이제 미술사의 감식안으로 그의 '표면'과 '무관심'을 꿰뚫어야 하는 까닭이며, 그를 '놈놈놈'의 틀에서 놓아주어야 하는 소이연이다.

■ 주제어

앤디 워홀(Andy Warhol), 시각문화(visual culture), 패션(fashion), 모델링(modelling), TV 쇼(TV show), 파라퍼네일리아(Paraphernalia), 「팝 라이프」(「Pop Life」)

투고일	2009년 9월 29일	심사일	2009년 11월 9일	게재확정일	2009년 11월 24일
-----	--------------	-----	--------------	-------	---------------

54. Peter Wollen, "Andy Warhol : Renaissance Man," Who Is Andy Warhol? 11-15.

55. The Warhol Look 28-29.

56. Victor Burgin, In/Different Spaces: Places and Memory in Visual Culture(U. of California Press, 1996), 20.

참고문헌

- Benjamin Buchloh, “The Andy Warhol Line”, *The Work of Andy Warhol*, ed. Gary Garrels (Dia, 1989).
- David Carrier, *Proust/Warhol: Analytical Philosophy of Art*(Peter Lang, 2009)
- David Joselit, *Feedback: Television Against Democracy*(Mit, 2007)
- Eva Meyer-Herman, ed., *Andy Warhol: A Guide to 706 Items in 2 Hours 56 Minutes*(Stedelijk Museum, 2008)
- Joel Loebenthal, *Radical Rags: Fashions of the Sixties*(Abbeville, 1990)
- Jack Bankowsky, “Words Around Warhol,” *Artforum*(Apr. 1989)
- Jack Bankowsky et al., eds, *Pop Life*(Tate Publishing, 2009)
- T. J. Clark, “Modernism, Postmodernism, and Steam,” *October*(Spring 2002)

Abstract

Andy Warhol's Frontier: 'The Good, The Bad, The Indifferent'

Kang, Tae-hi

Andy Warhol's legacy and the so-called 'Warhol effect' have not faded even though his artistic reputation has drifted in the limbo between good and bad for more than two decades. That is mainly because of his repetitive late works and business-minded art productions in addition to the political and moral 'indifference' that cancelling out the achievement of early works. But since the opening of the 'time capsules' at The Andy Warhol Museum in Pittsburgh, Warhol scholarship and exhibitions began incorporating and extending to his 'business art' and venturing into the culture industry. This new tendency focusing on his 'extra-art' works and visual culture as a whole is important to overall evaluation of him.

Fashion and TV show are two 'extra-art' areas Warhol devoted his time from the 1970s until his death, when the critical opinions were mostly negative and scarce and he needed a breakthrough. Although fashion was his lifelong passion, he described his part as 'reflection' since he was not a designer or maker, nor did he make profit from it. He was involved in fashion since the 'Youthquake' in the 60s when he was closely associated with *Paraphernalia*, the most experimental and 'pop' fashion boutique in New York. In the 70s, he moved to the high fashion and befriended with the world famous designers appeared in his magazine *Interview*, but his real contribution to fashion is through his modeling job in the 80s. He became the professional model for Zoli and Ford, and produced a lot of fashion photos but his poses were deliberately awkward and stiff and even 'feminine.' By acting the unconventional poses, he seems to test the myth of genuine masculinity and to prove the fact that all poses are performance. As a result, these ambivalent photos can be compared to Cindy Sherman's rather direct 'anti-fashion' photos.

TV was Warhol's favorite passtime and he really wished to be a famous TV star to be broadcasted to every home. He produced several cable TV shows resembling *Interview* casting with fashion stars, artists, and the celebrities, but they were neglected by people. Even though his trial was not successful, he intervened the one-way network system and

showed artist-produced entertainment programs and made some noise. This kind of Warhol's effort is currently reevaluated by the exhibition 「Pop Life : Art in a Material World」, participated by Jeff Koons, Murakami Takashi, Keith Haring, Richard Prince, Damian Hirst, and Tracey Emin, etc. These successful artists followed Warhol's path and exceeded him in many ways, and their business-minded arts are the proof of Warhol's foresight in terms of art and commerce. Whether we approve or not, art can not ignore today's material visual culture and this is why we should stop evaluating Warhol by the qualifiers such as the good, the bad, or even the indifferent.