
대중문화의 전위 언어로서 프린트

Prints as Avant-garde Language of Mass Culture

임영길*, 김숙영**

홍익대학교 미술대학 판화과*, 홍익대학교 대학원 판화전공**

Young-Kil Yim(ykyim@hanmail.net)*, Sook-Young Kim(sookimmartha@hanmail.net)**

요약

현대미술에 있어서 프린트는 시각이미지 분야에서도 판화가 지닌 특성을 유지하면서도 동시에 대중의 욕구를 충족하고 소통하는 데에 있어서 전위성을 띠고 있다. 그것은 판화의 형식이 르네상스 시기의 라인컷(Line Cut)에서부터 칼라 프린트의 프로세스, 사진, 20세기의 카툰의 시작, 그리고 광고와 예술, 그래픽 포스터로 이어지는 다양한 표현과 매체체의 변화에서 보듯이 고정적이기 보다는 유동적인 매체로서 복잡하고 다양한 문화 지형 속에서 말-언어보다는 개인들의 욕구와 특성을 원활히 소통할 수 있는 시각 언어 행위으로써의 그 역할을 훌륭히 수행해왔음을 알 수 있다. 이 연구는 대중문화의 전위언어로서 프린트들, 즉 판화가 정치와 경제 분야에서 첫 번째, 언어와 그림언어간의 특성의 차이들과 그것들이 우리의 감각적 인식이나 행동에 어떻게 작용하는 가를, 그래픽 포스터의 구체적인 특성에 초점을 맞추었으며, 두 번째로는 판화예술이 순수 예술로서 그 언어적인 행위를 어떻게 수행해 왔는가를 연구하는 데에 있다.

■ 중심어 : | 판화 | 프린트 | 유동성 | 소통 | 다양성 |

Abstract

Prints in the contemporary art has the radical aspects at not only to maintain the characteristic of printmaking in a field of visual image but also to fulfill and communicate a desire of the public. We can see this from the change of the printmaking forms among the alternation of diverse expression methods and media such as from the line-cut at the Renaissance to colored print process, photography, the beginning of 20th century cartoons, advertisement, art, and graphic poster. From that, we can understand the printmaking as a fluid media, not fixed, has finely accomplished its functions as an act of visual language to smoothly communicate with the individual desire and character than word or language at the complex and various cultural surface.

This study is focused on that prints as an avant-garde language in popular culture. Therefore, I have examined the following two aspects. First, with focussing at the specific characters of the graphic posters, I try to define the differences between language and visual language and the effect from it to our emotional perception and behavior with the politic and economic point of view. Second, how has the printmaking art as an fine arts finely accomplished an linguistic action. These are the purpose of this study.

■ keyword : | Printmaking | Prints | Fluidity | Communication | Multiplicity |

* 본 논문은 2008학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었습니다.

접수번호 : #090202-003

심사완료일 : 2009년 02월 17일

접수일자 : 2009년 02월 02일

교신처자 : 임영길, e-mail : ykyim@hanmail.net

I. 서론

1. 연구 목적 및 의의

오랜 기원에서부터 그림은 의미와 의사소통의 관계, 그림과 언어 사이에서 그것이 지닌 의미와 형식적 유연함을 필연적인 특성으로 하였다. 특별히 책을 위해 태어난 인쇄기술의 발전과 함께 태동한 그래픽 이미지들은 문자언어의 형식과 친밀했으며, 다른 한편에서 시대적 특성에 따른 시각적 관습과 일반적인 정보를 이해하는 소통 가능성에 대한 어떤 단서를 지닌다. 그래픽 발전의 위치에서도 그 맥은 현대 관화가들, 그래픽 디자이너들에게 끊임없이 이어졌으며, 그래픽 혹은 프린트(prints)라고 불리는 형식적 특성을 인식하는 주요한 지점이 되기도 했다.¹

“프린트는 표현의 간접성과 프린트 형식에 관한 실제적인 정의들이 고정적이기 보다 유동적이며 오히려 관화의 형식은 지극히 순수한 그림의 조건에서 라기 보다 ‘언어를 비롯한 시각 매체 기능의 다양성’에서 보다 그 정의를 긴밀하게 구할 수 있다”² 이러한 진술은 ‘다양성’(Multiplicity)에 대한 넓은 범주에서 그 미학을 이해하는 출발점이라고도 할 수 있다.

명확하게 이 용어와 관계해서, 순수한 ‘테크닉’(technic)을 구사하는 ‘물성’적 표현의 다양함은 근대의 해석을 넘어 분석적이고 감각적인 언어적 기능과 관계하여, 시각 커뮤니케이션 영역에서 보다 더 자유로울 수 있다. ‘프린트를 어떻게 볼 것인가’에 대한 비평적 논의나, 미술사적 논의는 ‘에디션’이 전제된 복수 예술이나, 대상을 묘사하고 재현하는 기법으로서의 기능적 역할에 상당히 충실했던 장르로 관화를 평가했다. 그러나 이와 달리, 주관성과 객관성 사이에서 ‘정보적 소통’의 관계로서 관화를 이해했던 아이빈스(W.Ivince)의 ‘그림 적 진술’³로서의 프린트에 대한 평가는 책이

출판되었던 당대에도 그랬지만 종래의 견해와는 상당한 차이를 지닌다.

언어로서의 그림에 대한 복귀, 또는 언어와 같은 ‘형식’(pattern)으로써 그래픽, 또는 프린트에 대한 이해로 의미와 범주가 확장되어야 하는 중요한 이유는 ‘prints’라는 것에 대한 우리의 이해가 동 서양 양자 모두에게서 그 단어가 내포했던 수많은 의미들이 다시금 요구되기 때문이다. 특별한 고전의 기법이라는 이해를 넘어 관화가 가진 풍부함을 살피면, 그곳에는 르네상스의 인문주의의 태동, 17-8세기의 계몽주의, 19세기의 과학과 기술, 20세기의 하이테크와 같은 시대적 특성이 관화 발전과 맞닿은 필연적인 이유가 존재한다. 르네상스 시기의 라인 컷(Line Cut)에서부터 칼라 프린트의 프로세스, 사진, 20세기의 카툰의 시작, 그리고 광고와 예술, 그래픽 포스터로 이어지는 다양한 표현은 시각 커뮤니케이션이라는 보다 넓은 형식과 의미로 지속적으로 발전하고 있기 때문이다.

이러한 문제에 초점을 맞추면 관화는 주관성의 순수한 정신으로 향하는 회화적 표현과는 달리, 프린트는 현실과 유리되지 않은 지점과 끊임없이 공유하고자 하는 노력을 잃어낼 수 있다. 동 서양을 막론하고 보편적인 정보의 저장소로서 역할 했던 프린트의 발달과정은 과학기술, 고고학, 민족학, 정보와 사회과학과 같은 영역에서 논의 될 수 있는 풍부한 기록으로서의 사회적 가치를 지닌다.⁴ 나아가 그것은 특정한 기능의 관점을 벗어나 정보의 수용에 관계한 인간의 소통능력과 정보의 저장이라는 매체 의미가 강력하게 부각시킨다. 바로 이것이 현재 예술 분야에서 대중문화와 소통하는 매체 대상으로서 그래픽이나 프린트를 접근해서 바라보아야 하는 필연적인 이유이기도 하다.

“예술을 어떤 부분의 재료로서 한정해서는 안 된다. 사진, 영화, 퍼포먼스 뿐 아니라 전통적으로 그림, 드로잉, 조각의 방식과 같은 …동등하게 중요한…구문을 지닌다. ‘그림’은 명사(noun)가 아닌 그 자체로 동사(Verb)의 형태로써 이해되어야 하며, 정신의 과정과 관

1 일반적으로 프린트(print)는 인쇄를 의미하며, print의 복수인 prints는 광고 및 대량생산된 인쇄물과 관화작품을 의미한다. printmaking은 관화제작과정을 통칭하는 것이다.

2 Susan Tallman, *The Contemporary print from pre-pop to Postmodernism*, Thames and Hudson inc., New York, 1996.

3 William M. Ivins, Jr., *Prints and Visual Communication*, Harvard University Press, p.24, 1953. “정확하게 반복 할 수 있는 그림 진술은 서구 문화사에서 관화의 형식은 문학, 과학,

예술의 상호 연계를 증명할 뿐 더러 문화의 일반성을 확립하는데 기여했고, 인간이 세계를 인식하고 소통하려는 방식이다”

4 Bamber Gascoigne, *How to Identify Prints: A complete guide to manual and mechanical processes from woodcut to inkjet*, Thames and Hudson inc., New York, p.25, 2004.

런 될 뿐 아니라, 미학적 대상에 대한 생산으로써 관여된다.”⁵ 비트겐슈타인이 언급했듯이 그림은 정지된 언어가 아닌 유동성을 지닌 살아있는 것으로서 이미지는 “대상적 상태(a state of affairs)”⁶로서 이해 될 수 있는 특수지점을 지니며, 일상적 의미에서의 시각 언어로서 이해되어야 한다.

언어적 관점에서의 이미지의 특성은 우리가 그림으로부터 얻을 수 있는 그림의 본질에 대한 의미가 아니라, 오히려 수용자적 입장에서 살아있는 생물과 같이 그림을 취급하며 ‘상호작용(interaction)’의 즉각적인 반응으로서 우리의 일상에서 논의되어야 한다. 바로 이 점이 순수 예술 형식에 초점을 맞추었던 그래픽/프린트 아트보다는 대중문화 속에서 전위 언어⁷로서의 ‘매체’(media)적인 기능을 언어적 특성에 관한 이해로써 접근하고자 하는 것이 본 논문의 연구목적이다.

2. 연구 범위와 방법

본 연구는 그래픽, 프린트 형식을 예술과 디자인, 각각의 입장에서 언어적 구조를 감각적 인식이나 이해에 초점을 맞추어 시각커뮤니케이션의 영역을 기반으로 하는 그림언어와 언어의 특성을 미학적 대상에서 분석하고자 한다. 또한 이미지라는 커다란 범주 안에서 첫 번째, 그림 언어와 언어가 지닌 특성들이 우리의 감각적 인식이나 행동에 어떻게 작용하는가를 프린트의 특성을 통해 밝히고자 하며, 둘째로, 순수 예술로써의 판화 예술이 언어적인 소통의 기능을 어떻게 수행해 왔는가를 연구하고자 한다.

II. 본론

1. 그림언어와 언어

뒤뷔페(Dubuffet)는 예술작품의 본질에 대해 “예술가

의 기능은 그림을 창작하는 것과 동시에 이름 붙이는 것에 있다. 유익한 발견은 이미지의 제작을 통해서가 아니라 그것을 만드는 연출.”이라고 설명했다.⁸ 그림 뿐 아니라 일반적인 언어의 관점에서, 이름을 부여하는 것은 개별적 대상물의 특질이 독립된 개별의 언어 즉, 개념과 연합하는 것이라고 할 수 있다. 그림에도 불구하고 여기에는 그림과 언어 사이에 어떤 차이점이 있다. 일반적으로 문자를 포함한 음성 언어의 경우에 그 대상을 확인하고 이해 할 때, 대상물의 구체적 모양이나, 색깔, 질감과 그것에 대한 언어의 명명은 유사적 의미로 얽혀 있지 않다. 일반적으로 언어학자들은 언어가 그림과 달리 단지 지시대상을 ‘분류’(Class Designation)하는 것에 더욱 적합하며, 이점에서 사실 실용성을 가지고 있다고 본다. 예를 들어 우리가 어떤 대상을 잘 알지 못하는 어떤 사람에게 언어를 통해 설명하려 한다면, 우리는 이 분류에 해당하는 어떤 개념의 그룹들로 이것을 나누고 이것을 다시 다른 개념들과 연결해야만 한다. 보통의 언어가 지닌 이러한 취약점은 ‘사물의 개별성’, 즉 대상의 ‘차이’에 따른 어떤 이름으로 대상을 이해하기는 어렵다. 만약 어떤 대상에 따른 이름들이 명명 된다면, 이 경우 우리가 생각하는 어떤 사물 그 자체와는 커다란 차이가 있을 수 있기 때문이다. 이와 달리, 대상에 대한 지식과 그와 다른 어떤 것을 구별하는 가장 손쉬운 방법이 있다면 ‘실제로 직접 보는 것’이다.

전자가 ‘묘사’에 의한 지식(Knowledge)이라고 한다면, 후자는 ‘감각적 인식’(Sense Awareness)라고 할 수 있다. 전자와 후자가 함께 하는 상황이 우리에게 그 의미를 가장 명확하게 인지시킬 수 있는 경우이다. 우리가 다루어야 할 ‘감각적 인식’은 시각적 지각력과 관계하여 대상물의 성격과 관련한다. 인지적 측면에서 특별하게 이미지는 우리들이 말하는 ‘인상’이나 ‘상상’과 같은 것으로서 어떤 대상에 대해 떠오르는 어떤 인상(impression)이나, 종종 예술가들이 말하는 개성의 특성 부분에 대한 ‘이미지화’라고 할 수 있으며, 무엇인가를 이미지화 하려는 것은 인식하는 것과 같이 동일하게, 감각기관을 통한 이해라고 할 수 있다.

그러나 이와 달리, 그림언어의 장점은 감각적 인식을

5 Ludwig Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, trans. D.F Pears and B.F.McGuinness, London.

6 W.J.T.Mitchell, *What do Picture Want? -The Lives and Loves of Images*, The University of Chicago Press and London, p.14, 2005.

7 전위 언어(Avant-garde Language)의 의미는 말 언어의 기능과 역할을 대신하는 프린트 이미지를 일컫는다.

8 Susan Tallman, 앞의 책, 재인용, p.34

또 다른 개념의 용어로 전환하고 대체할 필요가 없다는 데 장점이 있다. 이것은 예술가들에게 자신이 떠올리고자 하는 어떤 이미지에 맞추어 창작의 과정에서 물질을 보존하고 제어하며, 어떤 구별된 단계로 분리하고 종합하는 인상을 이끈다. 우리들에게 어떤 것에 대한 ‘재현’(representation)으로서의 ‘진실다움’ 혹은 ‘유사함’은 표현, 재현, 모방, 묘사와 같은 용어들로 다소 모호하게 대상과의 ‘닮음’이라는 유사적 의미로 통용된다. 언어 생성과 구조적 측면에서 그림언어와 언어의 입장 차이는 이미 문화 이론가들이나 미학자들에 의해 지적된바 있다.

최근의 연구에서 미술사가이자 문화비평가인 미첼(W. Mitchell)은 대중의 수용이 가능했던 그래픽 포스터의 형식으로부터 이러한 논의를 정당화 한다. 초기 석판화의 발달에 힘입어 대중 매체로서 기능했던 초기 포스터들은 수용자적 입장에서 이미지가 언어로서 기능하는 특별한 지점을 설명한다. 이것은 우리의 시각적 관습이 마치 그림을 살아 있는 생명체처럼 취급하고, 그림 자체가 무엇을 의미하느냐의 본질주의를 넘어서, 언어적 기능으로서 작용하는 점을 크게 강조한다.

언어적 맥락에서의 이미지가 지닌 독특한 관점은 특별히 그림에 대한 우리들의 일상적 언급, “이 그림이 무언가를 말하는 것 같아”, “이 그림이 나에게 뭐라고 하는 거야”와 같은 우리의 언어 사용으로부터 시작되었으며, 에디션의 복수적 특성을 언어적 전달성과 같은 것으로 비교되기도 하는 것이다.

제임스 몽고메리에 의해 디자인된, [그림 1] <영클 샘 Uncle Sam>은 세계 1차 대전 당시의 미국군대의 자원 모집 포스터이다. 얼핏 보기에 절대적으로 어떤 대상을 염두에 둔 것은 아닌 것처럼 보이지만 자세히 보면 배후에 보이지 않는 누군가의 요구를 반영시키고 있다. 관람자의 눈높이 시선에 맞추어져, 그림속의 사람과 보는 사람의 시선이 강렬하게 교차되는 지점에서 관람자는 포스터 속의 어떤 말하는 강렬한 제스처에 무조건적으로 반응하게 만들어졌다. 이 포스터는 당시의 미국 젊은이들의 모병을 종용하기 위해서 만들어진 포스터이다. 관람자를 직시하는 눈과 지시하는 손가락, 하단의 명료한 문자로 된 발화, ‘I WANT YOU’ 라는 문자

진술은 어떤 목적을 요구하는 누군가의 모습을 담고 있다. [그림 1]은 직접적으로 군인 모집에 대한 정보들과 연결되기에는 다소 간접적이다. 고향에 대한 그리움을 불러일으키는 전형적인 미국적인 의복과 캐리커처의 형식임에도 불구하고 전쟁 모집 포스터로 만들어졌고, 유명한 포스터가 되었다. 작가 몽고메리는 이 그림의 주인공을 1812년 미국 전쟁 당시 미국 군대에 고기를 공급했던 윌슨을 염두에 두고 그렸다. 역사를 통해 윌슨이라는 인물을 아는 모든 미국인들은 소고기 납품업자였던 윌슨을 연상하며 도살장의 가축 떼를 상상할 수도 있다. [그림 2]는 동일한 여건과 목적을 지닌 독일 포스터이다. 그러나 이 포스터는 전자의 [그림 1]에 비해 친근한 반응을 요구한다. 이 포스터속의 젊은 군인은 지원자에게 형제를 연상시키는 이미지를 담고 있다. 위의 그래픽 포스터들은 우리의 반응을 요구하고, 상대에게 어떤 발화를 하고 있다.



그림 1. James Montgomery, Uncle Sam, World War I



그림 2. German recruiting poster, ca. 1915-16, Stuttgart



그림 3. Uncle Osama, Image provided courtesy of <http://www.tompaine.com>

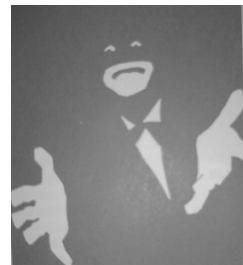


그림 4. Warner Bros., The Jazz Singer

[그림 1]과 유사한 구도의 [그림 3]은 [그림 1]에 대한 패러디(parody)이다. <영클 오사마 빈 라덴>으로 패러디된 이 포스터는 이라크에 대해 전쟁에 가는 미국 젊은이들을 염두에 둔 대중의 작품이다.⁹ [그림 4]<The Jazz Singer>는 Al Jolson의 영화를 위해 만들어졌던 상업 포스터이다. 가수는 그의 손을 마치 엄마에 대한 사랑을 바라듯 양 손을 한껏 벌리고 있다. 그의 몸의 형태는 단지 검은 배경으로 깊숙하게 들어가 있으며, 옷 속에 몸을 감추어져 있고, 보는 사람에게 눈과 손, 몸을 간단하게 구별시키며 보는 자를 숭배하는 자세를 취하고 있다. 검정과 흰 색채는 “나는 흑인이지만 나의 영혼의 노래인 재즈는 백색이다.”를 상징하는 듯하다. 인종차이의 베일을 넘어 감각적인 어떤 초대를 암시한다. 대중을 위해 만들어진 그래픽 포스터들이 목적이 직접적으로 제시될 경우도 있다. 그러나 어떤 포스터들은 때때로 목적을 의도적으로 결여한 채로 나타난다. 이러한 포스터들은 보는 사람에게 무엇을 요구하는 것을 암시적으로 보여준다. 예를 들어 [그림 1]의 경우 그림의 정보는 전쟁터라는 어떤 장소에 대한 정보를 담지 않았지만, 오히려 관념적으로 추상화 된 국가를 연상시키는 정치적 무의식 속으로 우리를 데리고 간다.

일반적으로 시각 언어는 그림으로서 자신의 위치를 구체화 한다. 그러한 시각언어가 분석적으로 어떤 힘을 지녔는지 또는 적합한 모든 효과를 가졌는지에 관해 정확하게 이해하는 것은 불가능하다. 그러나 사실상, 이것은 이미지가 지닌 실제적인 힘에 관한 무언가를 아는 것에 해당하는 것으로서 오히려 이렇게 생각할 수 있다. 이미지가 우리의 욕구를 일깨우는 것은 무엇일까. 무엇이 묘사 가능한가, 욕구에 자체의 구조는 무엇과 연관되는가.¹⁰ 라캉의 맥락에서 정확하게 말해진 ‘욕망’은 이미지라는 언어가 지닌 특별한 힘으로 분명하게 나타날 수 있는 것이다.

2. 예술언어로서의 오브제와 언어로서의 소통성

브루스 나우만은 예술적 대상으로서의 오브제를 두고 “예술은 당신이 보는 어떤 것”¹¹으로 정의한다. 우

리의 삶속에 있는 어떤 물리적 사물들이 예술영역으로 들어오는 것, 예를 들어 슬리퍼, 찻잔, 의자, 책상과 같은 사물자체의 삶을 진술하는 것이 예술 영역에서 오브제이다. 다다이즘 이후 현재까지도 오브제는 작가들에 의해 꾸준히 예술과 관념의 관계에서 다루어져 왔다. 이점은 특히, 물질과 관계하여 ‘사물’에 대해 마르크스의 논의를 기억할 수밖에 없는데, 그는 우리에게 필요한 사물이 일용품으로 쓰이자마자, 곧 그것은 물질적인 상태를 벗어나 관념적이고 초월적인 어떤 것으로 변한다며 “나무로 된 뇌”(책상)를 언급했다.

오랜 물질문화의 종속부분으로 여겨져 왔던 사물이 회자되는 데에 대해서 어떤 이론가들은 ‘가상현실’과 ‘사이버스페이스’에 의해 생산된 ‘비실재’에 대한 우리의 감각의 이동을 보충하는 것이라고 설명한다. 역사적이면서도 변증적이고, 경험적이기조차 한 오브제는 물질주의의 다양한 형식의 부활을 향해 향수적인 제스처어를 취한다. 어떤 경우 그 속에는 기묘하고 낯 설은 가상과 지적인 속성을 연상시키는 이미지나 관념들이 들어있다.

지금의 고급 예술이나 저급 예술 사이에서 넓게 통용되는 것이 ‘몰두’(obsession)이다. 쓰레기에서부터 폐기물, 한물간 테크놀로지 그리고 낭비된 생산품들이 현대 예술의 전시 공간에서 분명한 특성으로 장르적 위치를 찾아갈 뿐 더러, 현재의 우리는 오늘날 물리적인 사물들에 관해서 끊임없이 논의한다. ‘사물’은 더 이상 수동적으로 개념이나 이론을 기다리지 않고, 그것을 창조한 우리는 사물적 특성으로 그것들을 배열하지 못한다. 미술사가인 할 포스터(Hal Foster)는 오브제를 특별한 예술 운동으로 논의했다. 그는 정신분석학에서의 오브제와 연관해서 일상품의 ‘페티시즘’에 대한 비평 이론들을 통해 “우리의 예술에서 오브제의 발견은 정신병이나 사회적 삶에서의 민족적인 형식과 공계, 무엇보다 한물간 소비재속에서의 기괴한 분출을, 억눌렀던 것에 대한 귀화”를 표현하는 아방가르드의 병기고 안에 있는 비평적 무기로 표현한다고 설명했다.¹² 결국 그는 오브

9 W.J. T. Mitchell, 앞의 책, p.78

10 W.J. T. Mitchell, 위의 책, p.45

11 Deborah Wye, *Committed to Print: Social and Political themes in Recent American Print Art*, New York, the Museum of Modern Art, pp. 35-37, 1988.

12 Hal Foster, *Compulsive Beauty*, Cambridge, Mit press,

제를 초현실주의를 넘어 우리 삶의 비평적 언어라고 생각했다. 그는 이것을 사회적 발언으로서 용인되는 매체로서의 언어성을 띄고 있다고 본다.

이러한 일례로 작가 아쿠니(Acooni)는 “오브제는 세상의 모든 종류의 단어”로서 기술한다. 그는 단어와 오브제의 관계를 등가적으로 위치시킴으로서 사회적 시스템과 교육이 어떻게 예술에 받아들여지고, 어떻게 그 의미가 형성되는지에 대한 구조를 제시하고자 한다. 언어적 구조에 관심을 가졌던 예술가들에 오브제는 받아들여지고, 변형되었다. 프랑스 예술가인 대니얼 뷔렌(Daniel Buren)[그림 5], 벨기에의 마르셀 브루더스(Marcel Broodthaers), 독일의 한스 하케(Hans Haacke)[그림 6], 그리고 미국의 비토아콘치(Vito Acconci)와 크리스 버든(Chris Burden)과 같은 작가들은 예술 오브제의 상호작용과 사회적 힘을 연구하기 위해 그래픽과 프린트 기술을 이용해 오브제 제작을 시도했던 작가들이다.¹³

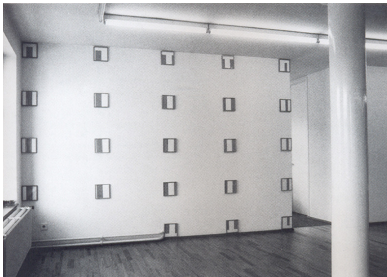


그림 5. Daniel Buren, Framed/Exploded/Defaced, 1979

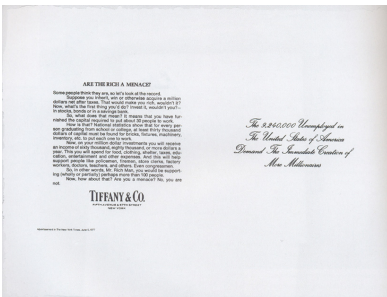


그림 6. Hans Haacke, Tiffany Cares, 1978

크리스 버든(Chris Burden)의 다치밀라(Diechimila)는[그림 7] 이탈리아의 10,000리라 지폐를 양면 포토 에칭을 하여 직접적으로 자본주의의 에서의 향유문제를 인쇄출판과 관련시켰다. 오브제로써 그가 만든 위조지폐는 단조로운 미국의 달러 지폐를 미화시킴으로써 그 가치를 더 사치스럽게 위장한다. 그래픽이라는 과학적인 기술에 대한 암시는 잠재적인 힘, 아름다움, 지속적인 사회적 언어로서 위조화폐를 통해 오브제로 전환된 다.



그림 7. Chris Burden, Diechimila, 1977

특별하게 1960년대와 1970년대의 그래픽 부분에 있어서 오브제를 언어로서 이용했던 방법은 주위의 문화적 경제적 구조와 긴밀하게 연결되었다. 그래픽 혹은 프린트의 기본적인 특성인 물질적 특성과 사회적 기능의 결합은 자본화 된 사회적 구조와 맞물린 인간의 비개성적 구조를 사물 안에 가두어진 언어 개념으로 비유되었다. 이 같은 오브제 작업들은 회화에 비해 덜 권위적인 것으로 예술가들에게 받아들여졌고, 발터 벤야민(Walter Benjamin)이 “아우라”¹⁴라고 부른 카리스마적 특성과 권위와 단절되는 것으로 정당화 되었다. 다른 일면에서 그래픽과 긴밀한 친족을 지녔던 책은 텍스트나 이미지에 대한 언어상의 재해석으로 시도했다

다이어터 로스(Diter Roth)<그림8>는 책을 서사적 구조의 익숙한 장비 혹은 설치구조로 시도했는데, “정확한 조건들을 설계하는 표면의 다양성”으로 묘사한 리처드 해밀튼(Richard Hamilton) 표면 개념을 변형 시킨 것이기도 하다. 스위스에서 디자이너로 교육을 받았던

pp.44-48, 1993.

13 Susan Tallman, 앞의 책, p.78

14 Pat Gilmour, *Modern Print*, London: Studio, p. 67, 1970.

로스의 작품은 지성적인 디자인의 지침표가 되었으며, 그의 작품의 특성은 형식에 대한 빈틈없는 분석과 상상의 기능을 결합시키는 것으로 관습적인 것과는 전혀 다른 독해의 구조들로서, 책, 시, 기록과 같은 전통적인 언어적 표현과 비디오와 같은 현대 시각 기법들을 상호교환 한 시도였다.



그림 8. Diter Roth

영국 예술가인 톰 필립스(Tom Phillips)는 시간의 여행을 우편엽서로 만들었다. 그는 사물 속에 사건을 포함하는 문서화에 주목했다. 그의 실크프린트는 그의 집과 런던 남부에 있는 그의 스튜디오를 오가는 단순 행위를 문서화한 작업이다. <예술의 탄생>(The Birth of Art, 1972-73)작업은 생산구조에 대한 비판을 담은 것으로 계몽주의로부터 비롯된 지식과 사고 관을 언어적 장난으로 희석시킨다. 'ART' 문자에 대한 역전 이미지를 이용해 변증적 역사관을 제시하는 오브제로서 문서를 제시한다.¹⁵ 그는 문서화된 오브제로서 우편엽서를 이용했는데, 우편엽서를 나누어주는 형식을 사용했다. 100 Boots(1971-73) 작품의 51개의 우편엽서는, 2년 6개월 동안 약 100사람에게 발송 되었다. 아이러니하게도 70년대에 사진과 인쇄된 단어는, 지식과 의사소통의 신뢰성에 대한 근본적 전제를 묻는 것으로 받아들여졌다. 오브제의 실재성에 대한 공정한 기록으로서 사진은, 많은 예술가들에 의해 활발하게 받아들여졌다.

3. 욕구의 대체 기호로서의 이미지

그림을 어떻게 볼 것인가에 대하여 현대 이론들은 “이미지는 곧 언어” 라고 하는 관점에 대다수 동의한다. 미술비평이나 미술사는 그림의 의미에 대한 수많은 해석과 수사를 담당했지만 일반적인 커뮤니케이션의 영역에서 그림에 대한 우리의 호기심은 단연코 단순하고 명료하다. 우리는 그림이 의미하는 것이 무엇이고, 그것이 할 수 있는 게 무엇인지, 예를 들어 기호와 상징으로 어떻게 그림이 소통되는지, 나아가 그림이 인간의 감정과 행동에 영향을 미치는 힘이 무엇인지에 관해서 궁금해 한다. 나아가 일상적으로 우리는 이미지의 생산자나 소비자의 위치에 있다. 그래픽이나 프린트 분야에서 이점은 더욱더 중요하다. 그림 자체의 목적이 감상자의 욕구를 이끌어내기 위한 메커니즘(mechanism)과 소비의 문제는 직접적이기 때문이다.

만약 우리가 누군가에게 요구 하는 것을 그림으로 만든다고 가정해 본다면, “이미지는 자신의 외적인 모습을 만드는데 필요한 모든 상황을 언급한다.”¹⁶ 아리스토텔레스는 그림이 살아있는 존재라면 인류는 두 번째의 자연으로서, 그림 다음에 창조되었을 것이라고 했다. 그의 ‘포에시스’(제작)에 대한 언급은 수사나 신비적인 것과는 대조적으로, 고대의 우상(icon)에 해당하는 것에서, 사이보그나 클론과 같은 현대의 기술적 이미지에 해당하는 “이미지”에 관한 연구였다.

시각작업에서 이미지가 지닌 명료성과 불명료성 사이의 이중적 의미에 대한 작업들은 작가들에게 궁극적인 목표였고 도전이었다. 라에츠(Raetz)의 작업은 인식론의 복잡한 화두를 뒤로하고 유아용 책의 삽화가 지닌 인위적인 명백성을 작업의 주제로 한다. 언어에 기술된 실재의 문제는 인식과 관계하여 오히려 단순 명료한 언어성을 파괴한다는 것이 그의 주장이다. 시각 언어의 문제에서 텍스트와 이미지의 상호구조가 긴밀했던 그래픽과 프린트 형식에 대해서도 그것들이 인식적인 언어로 변모되어버린 것에 대해 비판적 입장을 취한다. 그는 그림 언어가 지닌 색, 형태가 최고의 언어 형식으로써 최고의 것들을 축적해왔음을 주장한다.

그림이라는 형식적 특성을 안다는 것은 그림을 이해

15 Pat Gilmour, *The Mechanized Image: An Historical Perspective on Twentieth Century Print*, London: Arts Council of Great Britain, p.68, 1978.

16 W.J.T.Mitchell, 앞의 책, p.16

하는 것이며, 상황에 대한 총체적인 조망(view)이라고 할 수 있다. 우리는 그림을 살아있는 어떤 대상으로 간주 할 뿐 더러, 물질적 대상을 의인화하는 것과 같은 태도를 취한다.¹⁷ 문화 비평가들이나 미학자들은 그림에 대한 우리의 선호를 두고 이미지를 향한 우리의 태도가 일종의 토템리즘(totemism)이나 페티시즘(fetishism), 우상숭배(idolatry), 애니미즘(animism)과 것들과 여전히 연관한다고 말한다. 이러한 태도에 대해 부정적인 입장을 취했던 마르크스(K. Marx)와 프로이트(L. Freud)와 같은 학자들은 깊은 의혹을 가지고 의인화되거나, 주관화 되어 생명을 얻는 사물을 의심스럽게 여겼다. 정신분석과 심리학의 입장은 그림과 같은 형식으로 생명을 얻은 대상들은 분명히 주관화 된 객관적 상태이고, 병리적인 입장에서 어떤 '증상'(Symptoms)이라고 논의했다. 이점에서 일종의 이미지 연구는 이러한 증후군에 대한 분석에 해당 할지도 모른다.¹⁸

한편으로, 주술이나, 점, 숭배, 마법과 같은 용어나 요소들이 현대 사회 속에서도 여전히 공존하는 것을 볼 때 근원 면에서 원시성을 지닌 요소들은 여전히 있다. 다른 한편으로 문명적인 언어적 요소들이 지속적으로 현대 사회와 공존한다. 여기에서 우리의 본능적 욕구에 대한 자유로운 충족이 문명사회의 존재와 공존 할 수 있을까? 하는 욕구와 언어의 문제가 제시된다.

이에 대해 라캉은 “어머니의 신체에서 분리된 아이는 자신을 근원적인 결여로서 경험한다고 보았다. 아이에게는 결여가 충동이나 성감대보다 먼저 나타나며, 결여로 인한 불완전성은 스스로는 만족할 만한 대상을 찾을 수 없으며, 충동의 대상은 무의식에 기탁하고 욕망은 대상에서 대상으로 이동하는 영원한 방랑자가 된다.”¹⁹ 이 속에는 언어를 지배하는 개념과 사실의 힘에 대한 분명한 거절이 있다. 충족, 즉 쾌락을 실현하려는 본능의 충동은 근원적인 결여의 면에서 본다면 부분적인 실현만이 가능하다. 라캉과 프로이트의 측면에서 욕망을 실현시키려는 끊임없는 발화가 언어

이며, 이것은 욕망에 반응하며, 때때로 부응하지만, 때때로 욕망은 언어를 통해 제어 된다²⁰ 그리고 이러한 반복이 사회화의 과정이다. 이 과정에서 욕망은 요구로 변형된다. 이 사회화 안에서 욕망은 스스로에게 맞는 언어라는 옷을 입어야만 드러나며, 요구로 변형된 욕망은 이미 이전 그대로의 모습은 아니다.²¹

라캉은 이미지를 통해 구체적인 욕망의 모습으로 말을 걸며, “언어로서 다리를 놓을 수 없는 심연”을 건넌다고 보았다.²² 그것들은 단지 표면으로 나타난 것이 아니라, 감상자와 직접적으로 이어져 있다. 인간과 세계, 자아와 타자, 자아와 자아의 표현을 명백하게 구별하지 못하는 존재 양식을 ‘상상계’로 불렀다. 이 세계 안에서 주관은 대상과의 거리를 유지하지 못한다. 이 상상계는 존재의 결여를 채우기 위한 끊임없는 욕망의 자유가 실현 되는 곳이며, 이속에서 주체는 스스로를 세울 수 없다. 그러나 사회화의 과정을 통해 인간성으로 거듭나야 하는 과정에서 주체는 상상계에서 언어가 있는 상징계로 이동해야만 한다. 그러나 주체를 세우는 상징계속에서 주체의 본질은 훼손된다. 주체는 언어에 복종하고 상징계에 맞추어 자기를 억제한거나 병들어 간다.

여기에는 실재와 욕망을 재현시키는 언어 관계가 분명하게 근거하며, 주체와 언어의 관계, 사회화의 과정 내에서의 언어적 소통의 역사에 대한 어떤 이해들이 있다. 안틴(Antin)의 작업은 이 관계에 대한 적절한 일례라고 할 수 있다. 그는 “우리의 사실에 대한 믿음과는 반대로 텍스트 문서는 객관적인 사실의 목록이 아니다. 문서화는 어떤 사건이 끝난 후, 사건에 대한 보고와 사실이 아니라 사건에 대한 개념을 새롭게 창조한다. 그러므로 모든 묘사 가능한 것이 창작의 형식이다.”²³ 라고 말한다.

아콘치(Acconci)의 작업은 앞서 말한 욕망과 억압에 따른 직접적인 어떤 증상으로 해석될 수 있다. 그의 립

17 이미지의 개념에 으로서 ‘동기’(모티프)는 E. Panofsky, *Meaning in the Visual Art*, Garden, NY, p.55, 1955.

18 B. Adkins, *Death and Desire, in Hegel, Heidegger and Deleuze*, Edinburgh Univ. Press., p.146

19 H. Marcuse, 김인환 역, *에로스와 문명*, 남남출판, p.56, 2001.

20 이창재, *정신분석과 철학*, 학지사, p.34, 2005,

21 Richard Boothby, *Death and Desire: Psychoanalytic Theory in Lacan's Return to Freud*, Routledge, pp.25-29, 1991.

22 A. Schope, 김광명 역, *프로이트와 현대철학*, 열린 책들, p.56, 2001.

23 Brice, *Modern Print, 1961-1991*, LONDON TATE Gallery, p.31, 1992.

스틱 자국을 모방한 <Kiss Off>(1971) 작품은 다양한 장소와 환경에 갇힌 주체의 병리를 드러낸다. 이성적인 정치적 구조와 사회적 시스템을 은유하는 “벽”의 구조와 무의식적 행위로 풀어헤쳐진 립스틱 자국 들은 정신 병적인 어떤 징후처럼 분열된 자의식과 연결된다. 언어로서 대상에 대한 의식적 이해와 신뢰를 포기하는 분열 과정으로 비평가들에게 해석되었다.²⁴ 일종의 언어의 본질과 가깝게 연결된 작품 아라카와(Arakawa)의 작품은 <“NO!” Say the Signified> (1973-74) [그림 9]은 색, 깊이, 표현, 플라쥬화 된 오브제들, 쪼개진 만년필의 잉크를, 손바닥과 손가락과 같은 프린팅을 유지하고 있다. 그에게 언어의 본질은 대상을 목록화하는 것이다.

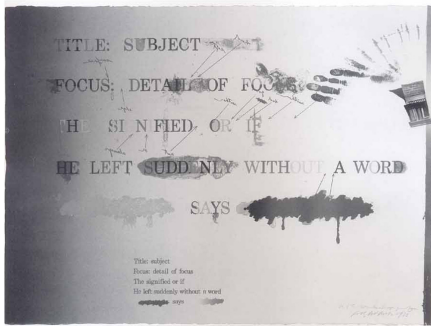


그림 9. Arakawa, “NO!” Say the Signified

4. 이미지와 대중문화

이미지는 그것의 제작자나 수용자 모두에게 어떤 거리를 두고 있다. 또한 그 자체로 이미지는 사회적이고 심리적인 힘을 소유하고 있다. 사실상 시각 문화에 있어서 광고전단이나 대중 매체, 혹은 어떤 이미지를 이용한 것이 진부한 표현일지라도 스펙터클 하면서도 통제적인 현대 사회의 어떤 요구안에서 살고 있다. 그리고 ‘시물라르크’²⁵는 이미 우리 삶 안에 깊숙이 들어와

있다. 예를 들어 광고를 씌쓰는 스타들은 “이미지가 모든 것이다.”라고 말하는데 주저하지 않는다. 그리고 오직 이미지에 관해서가 아니라, 이미지를 위해서 말한다고 해도 과언은 아니다.

우리에게 주관의 특성화로써 어떤 표현으로 그림에 대한 개념을 입증하는 것은 어렵지 않다. 그러나 현대에서 우상(Idol), 페티시즘(Fetishism), 토테미즘(Totemism)과 같은 이미지들이 지닌 문제들은 먼 원시적 태도로 돌아가는 것과 같이 여전히 유효하다. 이러한 이미지들의 수수께끼를 풀고, 모던적인 태도를 부수고, 사람들을 노예화 한 페티시즘들의 정체를 이해할 수 있을까? 또한 이러한 이미지들을 진실과 거짓, 건강과 질병, 순수함과 비순수함, 선과 악으로 구별 가능한가? 이러한 위치에서 새로운 이미지에 대한 윤리의 문제를 말할 수 있는지가 관건이라고 생각된다.

문화 비평은 우상을 속임수의 대리로서 그리고 인간에게 실제적으로 해로운 것으로 이미지의 실체를 폭로하는 쪽으로 나아가고 있다. 이러한 예로 한쪽의 극단에서 합법적인 이론의 요구가 있다. 예를 들면 포르노그래피는 여성에 대한 격하와 폭력에 대한 재현이 아니라, 폭력의 행위에 대한 격하라고 주장하는 점이 그러하다. 특별하게 사진적 이미지들과 영화적 이미지들은 그것들 자체가 위반을 대행한다. 여기에는 또한 시각문화에 대한 정치적인 비평안에서 논쟁적이지 못한 점들이 있다.

할리우드 영화는 여성을 남성적 응시의 대상으로서 구조화 한다. 다시 말하면 대중들은 시각적 미디어와 대중문화의 이미지에 의해 조종당한다. 미술관은 일종의 종교적인 사원과 은행의 하이브리드로서 평가된다. 이미지의 문제는 폭로와 잘못된 이미지의 힘을 해체하는데 있다. 특별히 현대 예술에서의 바바라 크루거(Barbara Kruger) [그림 11]와 제니 홀저(Jenny Holzer) [그림 12]의 작품은 오랫동안 언어와 재현의 문제를 집요하게 파고든다. 문자언어와 그림 언어의 충돌로부터 일어나는 의미 혼란과 그 차이를 어떤 사회적 시스템 힘과 연결했다. 읍셋 석판 포스터로 처음 나타난 홀저의 유명한 <Truisms>는 포스터가 지닌 언어적 특성과 사회적 관례에 대한 비판이었다. 홀저는 “무체

24 Susan Tallman, 앞의 책, p.34

25 재현의 관점에서 이미지는 실체에 대한 복사, 혹은 복제로 이해된다. 실체를 지시하는 원본과 이미지 사이에 관계를 유사성(similarity)의 문제로 보는 관점은 전통적인 모방론의 견해이다. 보드리야르에 와서 모방(mimesis)의 논의는 주어진 대상을 변경하고, 재해석하는 것을 넘어서 자기 참조적인 시뮬레이션으로 발전했다. 푸코 역시 ‘상사’의 개념을 제시하는데, 원본이 전제되지 않는 복사물을 ‘상사(similitude)’라고 부른다. 미셸 푸코, 김현 역, 이것은 파이프가 아니다, 민음사, p.73, 1995.

한적 다양성의 한 종류로서 언어의 힘과 관화의 형식은 일치한다. 사람들이 복사된 언어를 가지고 가면 그들이 나를 위해 한 부분의 작업을 제공하고 참여하는 것이므로 나는 행복하다.”라고 말했다. 크루거의 작업은 화려한 잡지의 레이아웃을 이용해서 텍스트 배너를 옆으로 겹쳐져 잘려진 사진으로 광고의 반복을 대신했다. 이 작업에서 크루거는 이미지와 내용 사이의 틈을 열려고 시도했다.²⁶ 그의 이미지와 문자의미의 강렬한 충돌을 통해 이미지의 변형에 따른 인식에 대한 작업이다. 또한 포스터나 전단지, 광고 배너 등과 같은 것에서 형식적 특성에 관습적으로 익숙한 대중과 영향력을 미치는 경제적, 사회적 힘을 복수 형식의 매체를 통해 보여준다. 사회적 이슈와 안건, 젠더와 사회적 힘의 역학적 관계, 지배에 대한 정치적 슬로건 속에 사용되는 이미지 형식적 특성에 보다 깊숙하게 들어가 정치적 행동에 대한 강력한 권고와 요구, 청원, 발화와 같은 형식으로 이미지를 언어로 환원시킨다. 대표적으로, <당신의 몸은 전쟁터이다>이 작품은 낙태 권리 캠페인의 배너 형식속의 레이아웃을 이용했다.²⁷



그림 11. Barbara Kruger



그림 12. Jenny Holzer

우리에게 오늘날 이미지는 분명하게 힘이 있다. 그러나 그것들은 우리가 생각하는 이상으로 약할지도 모른다. 문제는 그러한 힘에 대한 우리의 판단을 정제하는

것에 있다. 우리는 그림이 할 수 있는 기능이나 의미들의 문제에 고민했지만, 가장 강력하게 이미지는 욕구하는 힘과 뚜렷한 힘의 모델에는 소원했다. 시각 문화에서 우상숭배가 이미지의 힘이 지닌 가장 강력한 형식으로 알려져 있다. 이점은 뚜렷하게 여러 방향을 지닌 일종의 애매한 힘이다. 이점에서 현대 문화 속에서 그림은 많은 돈의 가치를 지니기를 원하며, 그림은 아름답고 존경받기를 원하며, 많은 사랑에 의해 숭배되기를 원한다. 그러나 무엇보다도 그림은 관객에 대한 일종의 지배를 원한다. 미술사가이자 비평가인 마이클 프리드(Michael Fried)는 그림의 “원시적인 관습”을 다음과 같이 정리했다. “그림은 처음에 관객을 매혹시킨다. 다음에 관객을 사로잡고 마침내 관객을 붙든다. 그림은 누군가를 불러 자신 앞에 세우고, 그가 움직이지 못하도록 주문은 건다.”²⁸ 간단하게 그림의 욕구는 관객의 위치를 변화시키지 못하도록, 마비시키는 “메두사의 효과”²⁹ 뒤에는 그림에 대한 우리의 욕구가 투영되며, 관습과 사회화와 연결된 음성언어가 제어했던 어떤 욕구들을 시각언어가 보다 자유롭게 재현 가능한데 그 특성이 있다.

III. 결론

이미지가 개인들의 다양한 욕구를 충족시켜 왔는가 의 문제에 대해 현대의 미학적 논의들은 여전히 토론의 여지를 남기고 있지만 위의 글에서 제기된 미학의 이론들 속에서 프린트를 매개로 한 관화작품들은 대중 소통의 의미를 전제로 한 개인들의 다양한 욕구를 충족시켜 왔다. 이미지가 지닌 실제적인 힘과 욕구는 아직도 현대의 미학의 논의에서 본다면 우리에게 해결해야 할 미지의 영역으로 남겨져 있지만 정신분석학이나 심리학의 영역에서의 관화적인 이미지는 위의 글에서 보았듯이 욕구와 소통의 모델로서 그 전위적인 기능을 훌륭히 수행해 왔다.

즉, 시각이미지의 분야에서 프린트의 이미지는 크리스틴 로스가 이야기한 기억이나 상상력이 구체화된 의

26 W.J.T.Mitchell, 앞의 책, pp.32-37

27 Christine Ross, *The Aesthetics of Disengagement, -contemporary Art and Depression*, Univ., of Minnesota Press, p.16, 2006.

28 W.J.T.Mitchell,, 앞의 책, p.45

식과 무의식적 개념 안에서 명료한 욕구에 대한 표현으로 연결된 “대상적 상태”(a state of affairs)²⁹를 잘 표현한다는 점에서 순수 예술의 이미지보다 사회화의 과정에 편입하며 욕망을 제어한다는 라캉과 프로이드의 이론에 충실히 이행하고 있는 것이다.

“이미지의 메시지는 본질적으로 고정된 것이 아니라, 걸러짐 없이 관람자에게 발견되는 것”³⁰이라는 어빈의 이야기처럼 프린트의 이미지는 커피 광고물이나 대중문화를 기반으로 하는 인쇄물에서 보듯이 환기시키며 시대적인 대중의 욕구를 끊임없이 충족시키면서 정치, 사회 문화 전반에 영향을 주는 소통의 시각이미지로서 그 역할을 해왔음을 알 수 있다. 특히 시각이미지 분야에서도 판화를 포함한 기계 복제된 프린트의 이미지는 순수 예술이 지향하는 바를 잃지 않으면서도 대중들의 요구에 끊임없이 충족시키고자 시대와 호흡하면서 그 매체의 속성을 르네상스 시기의 라인 컷(Line Cut)에서부터 칼라 프린트의 프로세스, 사진, 20세기의 카툰의 시작, 그리고 광고와 예술, 그래픽 포스터로 판화 매체를 다양한 변화시키고 그 형식의 표현들에서 고정적이기 보다는 유동적인 매체로 기능하면서 복잡하고 다양한 문화 지형 속에서 말-언어보다는 시각이미지의 언어로서 개인들의 욕구와 특성을 원활히 소통해 온 것이다.

참 고 문 헌

- [1] T. Susan, *The Contemporary print from pre-pop to Postmodernism*, Thames and Hudson inc., New York, 1996.
- [2] M. William and Jr. Ivins, *Prints and Visual Communication*, Harvard University Press, 1953.
- [3] M. William, Jr. Ivins, *How Prints Look: Photographs with Commentary*, Revised by Marjorie B. Cohn, Beacon Press, 1987.
- [4] G. Bamber, *How to Identify Prints: A complete guide to manual and mechanical processes from woodcut to inkjet*, Thames and Hudson inc., New York, 2004.
- [5] W. J. T. Mitchell, *What do Picture Want?—The Lives and Loves of Images*, The University of Chicago Press and London, 2005.
- [6] W. Deborah, *Committed to Print: Social and Political themes in Recent American Print Art*, New York, the Museum of Modern Art, 1988.
- [7] F. Hal, *Compulsive Beauty*, Cambridge, MIT press, 1993.
- [8] G. Pat, *Modern Print*, London: Studio, 1970.
- [9] G. Pat, *The Mechanized Image: An Historical Perspective on Twentieth Century Print*, London:: Arts Council of Great Britain, 1978.
- [10] E. Panofsky, *Meaning in the Visual Art*, Garden, NY, 1955.
- [11] B. Adkins, *Death and Desire, in Hegel, Heidegger and Deleuze*, Edinburgh Univ., Press.
- [12] H. Marcuse, 김인환역, *에로스와 문명*, 나남출판, 2001.
- [13] 이창재, *정신분석과 철학*, 학지사, 2005.
- [14] B. Richard, *Death and Desire Psychoanalytic Theory in Lacan's Return to Freud*, Routledge, 1991.
- [15] A. Schope, 김광명역, *프로이트와 현대철학*, 열린 책들, 2001.
- [16] Brice, *Morden PRINT, 1961-1991*, LONDON TATE Gallery, 1992.
- [17] 미셸 푸코, 김현 역, *이것은 파이프가 아니다*, 민음사, 1995.
- [18] R. Christine, *The Aesthetics of Disengagement, -contemporary Art and Depression*, Univ., of Minnesota Press, 2006.
- [19] W. George and B. Naren, *Digital Printmaking, Watson-Guptill Publications*, New York, 2003.

29 Christine Ross, 앞의 책, p.67

30 W. B. Irvine, *On Desire: why we want what we want*, Oxford Univ., Press, p.55, 2006.

[20] C. H. Linda, *The Print in The Western World*,
Univ.,of Wisconsin Press, 1996.

저 자 소 개

임 영 길(Young-Kil Yim)

정회원



- 1981년 2월 : 홍익대학교 회화과
(미술학 학사)
- 1983년 2월 : 홍익대학교 대학원
서양화과(미술학 석사)
- 1992년 5월 : 뉴욕주립대학 대학
원 판화과(미술학 석사), (M.F.A.
in Printmaking SUNY at New Paltz)

▪ 1993년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 미술대학 판화과 교수
<관심분야> : 판화, 회화, 미디어아트

김 숙 영(Sook-Young Kim)

정회원



- 1997년 : BFA 미국네브라스카
주립대학교(University of
Nebraska Omaha, Nebraska
USA)
- 2000년 : MA 미국 아이오아 주
립대학교(The University of
Iowa Iowa city, Iowa USA)

▪ 2001년 : MFA 미국 아이오아 주립대학교(The
University of Iowa Iowa city, Iowa USA)

▪ 2007년 ~현재 : 홍익대학교 대학원 판화전공 박사과
정
<관심분야> : 판화, 회화, 미디어아트