



패키지 디자인 POP ART적 요소 유용성

A Study on Usability of Pop Art Element of Package Design

오 용 균 / 동의대학교 예체능대학 산업디자인학과 조교수

I. 서론

1. 연구목적 및 배경

오늘날의 상품은 패키지의 조형요소가 주는 심리적 만족감이 상품의 판매전략에 커다란 영향을 미친다고 할 수 있다.

상품 구매 시 주의력을 가장 끄는 것은 시각을 통해 들어오는 표면 디자인으로서 이러한 이미지의 조형요소는 브랜드 및 판매전략의 차별화 수단으로 그 중요성이 날로 가중되고 있다.

패키지 디자인은 판매를 위한 경쟁수단으로서 한없이 새로운 것을 추구하는 소비자의 욕구를 충족시켜 나가야 하며 현 상태는 패키지 및 디자인의 표현 방법에 의해 수요가 창조된다고 할 수 있다.

따라서 패키지 디자인은 전달하고자 하는 시각적 이미지를 어떻게 표현하느냐에 따라 판매 촉진의 여부가 결정되고, 상품 차별화의 한 방법으로 사용되어지고 있다.

또한 수많은 제품이 경쟁하는 시장상황에서

다른 제품과의 차별화를 이루기 위해 보다 효율적인 소구방법으로써 소비자 기호에 맞는 패키지 디자인의 경향 파악을 통한 소비자 관리 철학이 모색되어야 한다.

이에 본 연구에서는 차별화 전략으로서의 팝아트 경향이 패키지 디자인에 어떻게 표현되고 있는가를 중심으로 분석 연구하였다.

팝아트적 요소의 패키지 디자인에 위치시키려는 일련의 시도들은 지속적으로 이루어지고 있다고 볼 수 있다.

팝아트적 요소에 대해 이러한 현상들을 패키지 디자인 전략의 한 맥락에서 접근해 봄으로써 판매경쟁이 치열한 시장 상황에서 제품 이미지의 조형요소가 소비자의 구매동기에 영향을 준다는 극명한 사실을 이해할 수 있는 것이다.

또한 이러한 경향과 흐름이 패키지 디자인에 어떠한 영향을 주었으며 또 이러한 영향이 패키지 디자인 기능의 하나인 구매동기를 유발하는데 어떻게 수용 내지 활용되고 있는가 하는 연구는 매우 유용성 있는 과제라 할 수 있다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구의 내용은 패키지 디자인의 차별화 전략으로서 팝아트적 요소의 디자인적 특성을 분석해 다양한 양식과 혼란속에 빠져있는 패키지 디자인의 조형요소로서 활용 가능성을 진단해 본다.

그리고 그 실례를 들어 어떠한 표현 기법이 패키지 디자인에 표현되고 있고 또한 일러스트레이션의 다양성, 브랜드 로고타입, 컬러의 특징, 레이아웃의 활용을 통해 어떠한 요소들을 차용했는가에 대해 분석 연구하였다.

이는 선행 연구없이 무조건 수용할 것이 아니라, 어떻게 받아들여야 하는가에 대해 비판적이며 분석적 시각을 가진 성립을 필요로 해야할 것이다.

II. 팝아트 고찰

1. 대중소비문화와 팝아트

우리가 사는 사회는 상품문화 내지 소비문화의 사회로서 소비가 일종의 사회적 개념이 될 정도로 소비의 욕망을 자극하고 있다. 이러한 사회에서는 이미지나 스타일들이 단순히 외양을 돋보이게 하는 부수적 요인이 아니라, 그 자체가 바로 경제적 생산물이다.

그리하여 오늘날 문화적 혹은 미적 생산물은 경제적 상품 생산의 중심이 되며, 이 또한 소비의 기호로 조작되는 것이다. 즉, 상품의 이미지는 기호성을 만들어 낸다.

상품을 떠난 추상적 기표는 스타일을 이루며

소비자에게 의미작용을 일으켜 구매 동기를 유발하는 요소로서 존재하게 되는 것이다.

이러한 이미지 요소들은 시각적으로 소비자와 직접적인 커뮤니케이션을 수행하고 구매충동을 유발하는 자극제로서 작용하며 무의식속에 잠재된 인식으로 자리잡는다.

따라서 소비자 라이프 스타일의 변화, 감성가치의 중요성 확대, 시장의 세분화 경향, 개성 강조의 시대 흐름, 교통과 통신의 발달로 인한 유행의 빠른 변화 등과 같은 사회 전반의 변화 흐름 속에서 독특한 미학적 기준을 갖는 팝아트 요소의 활용은 패키지 디자인에 있어 소비자들의 인지도를 향상시킬 수 있는 적용을 하여 상품 차별화 전략으로서 디자인 영역에서 그 세력을 구축할 수 있다고 본다.

그러나 패키지 디자인의 팝아트적 요소의 활용이 소비자의 전 계층을 상대로 또 시장에서 판매되고 있는 전 상품을 상대로 전략적으로 유용한 것은 분명 아니다.

문제는 현 사회의 소외와 개성추구, 소속의 욕구에 팝아트의 특성이 가미된 제품들이 의미를 갖는다는 것이다.

이에 시장에서 경쟁사 제품과 차별화 시킬 수 있는 기본적 방안으로서 가장 먼저 소비자들에게 시각적 자극을 주는 방안이 요구된다.

패키지 디자인은 다양한 개인의 기호에 맞도록 개성적이면서도 매력적인 모습이 되어야 한다.

패키지 디자인이 소비자의 의식구조를 수용하고 다양한 변화에 대처하기 위한 차별화 방안으로 디자인적 측면에서 다양한 시각적 표현을 추구하는 것이다.



2. 팝아트 디자인 특성

팝아트는 제2차 세계대전 이후의 산업이나 소비사회 등의 물질문명으로 형성된 환경을 수용한 예술로서 적극적인 태도로 현실 세계에 접근했으며 현대 소비사회의 특징을 잘 반영하였다.

팝아트는 현대사회의 실상을 그대로 받아들이려 함으로써 고도의 대중적 이미지를 미술의 영역에 끌어올려 다양한 표현방법으로 독특한 작품 세계를 창출하고, 대중문화적, 비개성적, 기계적 이미지의 표출을 그 특징으로 하였다.

대중 속에서 발생하여 대중과 더불어 있고 대중을 미학의 근원으로 삼고 있으며, 부분적으로나 전체적으로 오브제를 이미지로서 또는 그 자체 그대로 사용하였다.

다시 말해 도시환경으로서 일반적인 소비상품이라는 매개체를 통하여 오브제나 예술과의 접근을 시도하였다.

대중적 이미지와 비예술적 소재의 선택으로는 우리 일상에서 쉽게 볼 수 있는 금속재 레디메이드품인 병뚜껑과 캔꼭지, 너트 등을 사용한다.

여기에서 사용되는 병뚜껑 등의 레디메이드 재료는 로이리히텐슈타인 작품속의 망점과도 같은 역할을 한다.

그것을 이용하는 방법으로 앳상블라주 기법, 이미지를 기호화된 추상형태로 재해석해 사용한 레터링과 그래피토 기법, 대량복제를 가능케 했던 실크스크린에 있는 기법, 있는 그대로의 리얼리티를 숨김없이 재생하려는 사진매체의 활용은 디자인에 있어서 팝아트 재해석을 실현하는 근간이 되게 한다.

2-1. 앳상블라주와 전위예술 표현

기준을 가치를 무너뜨리고 이전에는 작품의 소재로 사용치 않던 일상 주변 기성이미지의 비예술적 오브제를 선택하는 새롭고 전위적인 시도와 재래의 조각이나 회화기법에 반대하는 앳상블라주의 표현은 팝아트적인 요소이다.

앳상블라주(Assemblage)는 신문이나 잡지 등 종이를 찢어 붙이는 꼴라주(Collage)에서 발전한 다른 오브제나 폐품을 모아 부착시키는 기법이다.

이는 작품의 소재를 무한하게 만들 수 있도록 가능성을 부여하였고, 각 단편들이 의미하는 이미지에서 벗어나 새로운 이미지의 작품을 창조하는 유기적인 성형을 암시하는 역할을 한다. 즉, 일상적인 오브제를 소재에 포함시켜 조형화한다.

앳상블라주는 추상의 유일유이한 창조에서 기존의 이미지를 적절히 선택하여 재결합한 것으로 고상하고 전통적인 순수 귀족적 이미지에서 평범하고 유행적인 다수 대중적 이미지로 전개시켰다.

빈민가의 쓰레기더미, 골동품, 녹슨 기계조각, 찌그러진 자동차 조각품 등의 정크 아트(Junk Art)는 예술과 도시 환경과의 새로운 관계성을 제시하였는데, 이러한 정크 컬처(Junk Culture)의 많은 요소들과 3차원의 꼴라주 개념 및 후기 추상 표현주의의 면모들을 포괄적으로 역사적으로 한곳에 집결시킴으로써 한 사조의 시작이 되었다.

앳상블라주는 추상 표현주의로부터 팝아트를 이어주는 한 전환의 수단을 제공했을 뿐 아니라 기존의 미학체계를 바꿔놓았다.

개성적이며 인격적이어야만 했던 예술을 이제

비개성적이며 비인간적인 모습으로 귀족적 이미지에서 통속적인 대중적 이미지로 전환시켰으며 환경미술과 해프닝의 발판을 제공했다.

한마디로 그것은 현대사회를 그대로 반영하는 하나의 혁신이었다.

2-2. 레터링과 그래픽도 기법

오브제, 인기 영화배우나 팝송 가수의 얼굴, 인기만화, 문자나 낙서 등의 이미지를 기호화된 추상형태로 재해석해 사용하였다. 사람의 신체 일부분을 기호화하거나 패턴화 함으로써 환상적인 분위기를 연출한다. 이와 같은 낙서나 글자, 기호화된 추상형태를 그래픽 이미지에 도입한다.

민속적인 의미의 성조기나 표적 등을 사용하여 자극적이며 선명한 효과로 디자인 요소의 대치와 균형을 강조한다. 화면에 문자와 숫자 등의 기호를 사용한 팝아트는 날카롭고 선명한 효과로 비개성적이고 반감적인 차디찬 기계적 감성을 추구한다.

그래피토(Graffiti)란 고대의 건축물에 당시 사람들이 남긴 낙서, 그림, 글자를 가치키는 것으로 팝아트 작가들에 의해 하나의 기법으로 작품에 활용되었다.

2-3. 실크스크린 기법

실크스크린은 팝아트에서 빼놓을 수 없는 중요한 기법 중 하나인데, 실크스크린의 장점인 대량복제는 팝아트의 반복적이고 연속적인 이미지의 나열을 가능케 했으며, 다양한 컬러의 사용을 용이하게 했는데, 당시의 시대적인 상황과도 맞닿아 있다.

실크스크린 기법을 이용한 팝아트의 거장 앤디워홀(Andy Warhol)이 실크스크린을 제작하기 훨씬 전부터 실크스트린은 순수미술의 문턱에 와 있었지만 1940년까지만 해도 오일이 함유된 잉크를 사용해야 했으므로 색에 제한이 있을 수 밖에 없었다.

여러 가지 색을 사용하게 된 재료(아크릴물감)의 개발이 이뤄진 1950년대 중반 앤디워홀은 재빨리 신소재를 도입해 실크스크린 기법을 효과적으로 이용하여 팝아트를 집대성시켰다.

2-4. 사진매체 활용

사진매체를 회화적 수단으로 적극적으로 도입한 팝아트는 회화와 사진매체의 상호 침투 작용이 더욱 활발하게 이뤄졌는데 이것은 팝아트가 산업사회가 갖는 소비문화의 모든 특징을 최대한 수용하려는 입자와 사진의 대량 생산적이며 또한 동시에 냉정하게 있는 그대로의 리얼리티를 숨김없이 재생하려는 속성과 일치하기 때문이다.

사진이미지를 수용하는 과정으로 사진매체를 레디메이트로 채택하여 플라쥬를 몽타쥬 기법과 실크스크린 기법을 통하여 사진매체와 결합하고 있는 과정을 볼 수 있다. 즉 팝아트는 그려진 이미지와 재현적 이미지의 결합으로 나타나는 점을 볼 수 있다. 팝아트의 표현적 특성을 정리해 보면 다음과 같다.

대중적 이미지의 차용, 에로티시즘의 표현, 다양하고 강렬한 색채 이미지, 비예술적 소재의 선택 등 여러 가지 팝아트의 요소들을 이해할 수 있다.

우선 팝아트가 주는 에로틱한 분위기를 인체



의 감각기관 중 눈과 입술이라는 가장 능동적으로 감각적인 기관의 형태를 모티브 삼아 디자인에 활용, 조형적으로 가치있는 소재가 되었다.

통속적 이미지, 일상생활에 범람하는 대중문화적 시각 이미지의 특성을 압축적으로 표현하는 팝아트의 특징은 '개방'과 '비개성' 집약된다.

이미지의 대중화, 형상의 복제, 표현기법의 보편화에 의해 예술을 개인적인 것에서 대중적인 것으로 개방시켰다. 팝이미지는 광고, 상표, 만화, 영화 등의 대중적 이미지를 한번 더 보기 위한 시각적인 재현으로 대중적인 이미지를 받아들이는 현대 인간의 감수성을 위식화한 것이다.

팝 작가인 앤디워홀(Andy Warhol)은 기성 상품이나 특정 스타의 얼굴 등을 똑같은 이미지로 기계의 힘을 빌어 자주 반복하여 배열하는 작업을 한다. 따라서 특정한 상품이나 이미지는 어떤 개인의 독자적 절대적인 영역이 아닌 복제 가능한 비사유성을 드러내는 것으로 이 모든 작업은 주로 실크스크린 판화기법에 의해 이뤄진다. 또한 로히 리히텐슈타인은 이미지의 선택과 표현에 있어 대량전달매체, 즉 만화를 매개체로 이용하여 개성적 표현을 극도로 기계화하고 형식화하며 보편화된 대중적 이미지로 표현한다.

대량소비사회에서의 현실을 반영한 팝아트는 매스미디어의 통속적인 주제, 사랑과 성을 통하여 진실된 인간존재의 참 모습을 찾고자 한다. 도구화된 성과 상업화된 성적 표현으로 진정한 에로티시즘의 의미를 환기시켜 준다.

팝아트가 에로티시즘과 관련이 있는 것은 대량소비 즉, 상업적 전달 메시지로써 가장 큰 영향을 미치는 것이 바로 성(性)이기 때문이다.

이러한 경향은 섹스와 매력을 강조하여 인체와 젊음을 개방하고, 농축된 윤곽선으로 에로티시즘의 이미지를 자연스럽게 표현하고 새로운 탄생시킨다.

팝아트의 이미지를 대표하는 컬러는 크게 세 그룹 분류된다.

첫째, 단순 명쾌한 인상의 컬러로서 세계 각국의 국기 배색은 단순 명쾌한 것이 특징이다.

그런 타입의 배색이 팝아트의 이미지를 대표하는 색이며 배색이다.

둘째, 원색 중심의 비비드(Vivid)한 톤의 컬러로서 밝고 건강한 느낌의 색으로 그 특징을 말할 때가 많다. 아무런 잡색이 섞이지 않은 원색은 순수한 느낌을 줌과 동시에 활력을 느끼게 한다.

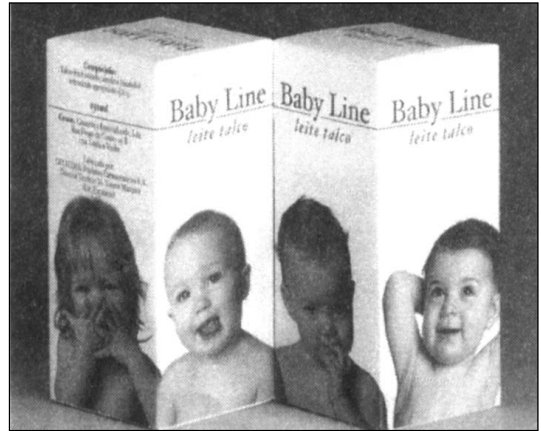
셋째, 상큼한 느낌의 브라이트(Bright)한 톤의 컬러로서 원색 중심의 비비드 톤보다 약간 연하면서 투명한 느낌을 주는 컬러가 브라이트 톤이다. 브라이트 톤의 컬러는 원색 중심의 비비드 톤 컬러가 주는 강한 느낌과 달리 상큼한 느낌을 주는 특징이 있다.

팝아트에서의 tro상과 선택 기준은 간단하다. 고상함과 품위를 자랑하는 색을 배격하고 원색 중심, 그 중에서도 명도가 높은 노랑, 주황, 연구, 핑크와 같은 저속한 이미지의 색을 내세운다. 색에서 지성미를 빼버리고 천박한 이미지의 색을 내세워 이질감을 주는 배색 또는 값싼 느낌을 주는 색까지의 배색과 색의 절제를 삼가고 풍요를 즐기되 멀티컬러(multi color)와 같은 장식 위주의 배색을 즐긴다.

[그림 1] 양주 패키지



[그림 3] 베이비용품 패키지



[그림 2] Voice mail 패키지



[그림 4] 양념소스 패키지



III. 팝아트적 요소 분석

1. 팝아트와 패키지 디자인 표현

패키지 디자인 적용된 팝아트적 요소는 패키지의 표현디자인에 일러스트레이션과 사진 등에 나타나고 있고, 그 내재적 의미로서 상징적인 표현으로 나타난다.

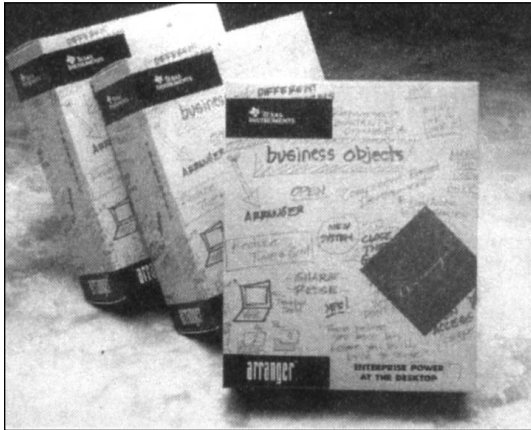
소재로서 대중적인 대상들이 등장하며 장식적인 면이 많이 표현되고 있다. 차용하고 혼합 또는 각색함으로써 그들만의 독특한 효과를 자아내려고 하고 있다.

재현이미지, 암시적 또는 상징적, 환상적일 수도 있고 또 한편으로는 그 아무것도 재현하지 않고 '의미하지 않는 이미지' 일 수도 있다.

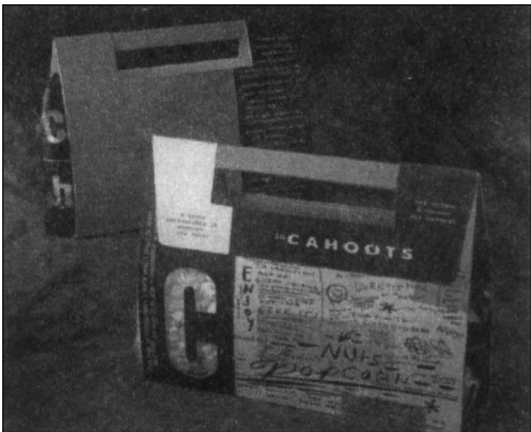
팝아트 요소는 패키지 디자인 분야에 유틘와 유희와 다양한 표현으로 고급문화 대중문화의



[그림 5] 전자부품 패키지



[그림 6] 팝콘 패키지



구분을 없애주는 결과로서 상품패키지의 대중화로 소비자를 위한 기쁨을 주는 영향을 끼쳤다고 하겠다. 팝아트의 표현 방법을 정리해 보면 다음과 같다.

1-1. 콜라주(Collage)

콜라주의 방법은 대상을 그것이 있던 본래의 일상적인 장소에서 분리하여 엉뚱한 환경에 조합함으로써 심리적인 어떤 쇼크를 노리는 것으

로써 결국 집합적 의미와 조형화와 상이한소재의 결합에 의한 연상 심리적 작용이라 할 수 있다. 평면적인 동시에 입체적인 효과를주어 강한 표현성을 실현해 주는 장점이 있다.

1-2. 데페이즈망(Depeysmant)

낯익은 물체와도 뜻하지 않은 장소에 놓여지게 되면 보는 사람에게 심리적인 쇼크를 주게 된다. 깊은 욕망이나 표상이 흔들려서 환상적인 신선한 충격을 발생시키고, 이것이 인상력을 높이고 소구력을 겨냥한 방법이라 할 수 있다.

1-3. 노벨티(Novelty)

신기성을 뜻하는 말로 만화적인 표현을 말한다. 비주얼 스캔들 등의 비논리적인 표현방법을통해 시각적 흥미와 관심을 유도하는 것을 말한다. [그림 1], [그림 2] 로고타입과 그래픽 이미지를 콜라주 기법과 만화의 한 요소인 말풍선을사용한 그래피토(Graffiti)기법을 활용하여 입체적인 효과를 주어 평면에서 느껴지는 단순한이미지에서 벗어나 보다 시각적 어필을 제공한다.

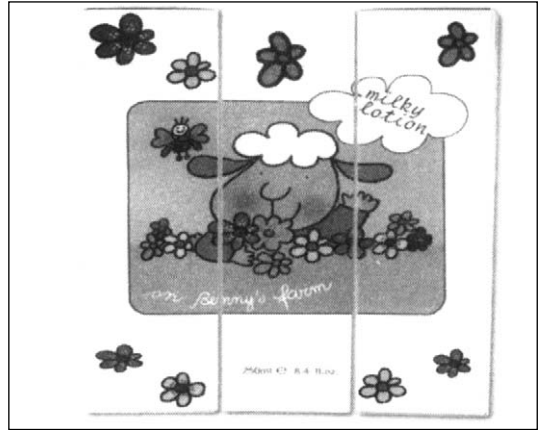
이는 일상적인 오브제를 소재에 포함시켜조형화하여, 작품의 소재를 무한하게 만들 수 있도록 가능성을 부여하였고, 각 단편들이 의미하는 이미지에서 벗어나 새로운 이미지의 작품을 창조하는 유기적인 성형을 암시하는 역할을 한다.

[그림 3], [그림 4] 대중을 대상으로 한 대량생산된 대중스타나 일상 속에서의 대중들의 이미지를 차용함으로써 친근감을 주어, 있는 그대로의 리얼리티를 숨김없이 재생하려는사진매체이 활용을 통해 팝아트의 주제나 소재에 있어서

[그림 7] 염색약 패키지



[그림 9] 유아요 로션 패키지



[그림 8] 화장품 패키지



[그림 10] 제과 패키지



대중적 호흡의 심화를 꾀하고 있다.

이러한 표현기법을 통해 대중적 이미지를 한 번 더 보기 위한 시각적인 재현으로 대중적인 이미지를 받아들이는 현대 인간의 감수성을 의식화한 것이다.

[그림 5], [그림 6] 낙서나 글자, 기호화된 추상형태를 그래픽 이미지에 도입하여 유희와표현 방법을 통해 시각적 흥미와 관심을 유도한다.

즉, 문자나 낙서 등의 이미지를 기호화된추상 형태로 재해석해 사용함으로써 유희적인 이미지를 연출한다.

[그림 7], [그림 8], [그림 9], [그림 10] 대중적 이미지의 차용, 에로티시즘의 표현, 다양하고 강렬한 색채 이미지 등 여러가지 팝 아트의 요소들을 만화적 이미지로 활용하고 있다.

우선 [그림 7], [그림 8]은 팝아트가 주는 에



[그림 11] 패션의류 패키지



로틱한 분위기를 인체의 감각기관 중 눈과 입술을 중심으로 인간의 얼굴이라는 가장 능동적이고 감각적인 기관의 형태를 모티브로 삼아디자인에 적용, 조형적으로 가치 있는 소재로 활용하고 있다.

또한 [그림 9], [그림 10]은 만화의 이미지로 대중적인 표현을 하였다. 상징적, 환상적일 수도 있고 또 한편으로는 그 아무것도 재현하지 않고 의미하지 않는 이미지일 수도 있는 만화적요소를 패키지 디자인 분야에 위트의 표현으로 고급 문화 대중문화의 구분을 없애주는 결과로서상품 패키지의 대중화로 소비자를 위한 기쁨을 제공한다고 볼 수 있다.

[그림 11]은 본 연구자가 제38회 대한민국산업디자인전람회 추천디자이너 자격으로 초대전에 출품한 '일상과 패키지'라는 주제의 작품이며 [그림 12]는 제3회 LG생활건강 패키지 디자인 공모전에 출품해 입상한 학생작품이다.

두 작품은 현대 소비사회의 특징을 잘 반영, 현대사회의 실상을 그대로 받아들이려 함으로써 일상생활에서의 대중적 이미지와 로히리히텐슈

[그림 11] 목욕용품 패키지



타인 작품의 이미지를 각각 재해석 하였다.

선택과 표현에 있어 대량전달매체, 즉 사진기법을 이용한 대중적 이미지와 만화를 매개체로 이용하여 개성적 표현을 극도로 기계화하고 형식화하며, 보편화된 대중적 이미지를 표현하고 있다. 즉 팝아트의 요소를 활용하여 다양한 표현 방법의 사용을 통해 독특한 기법으로 새롭게 창출하고, 대중 문화적 이미지의 표출을 그 특징으로 하고 있다.

2. 팝아트 활용 전망

제품의 대량생산과 기술의 발전으로 가격 경쟁력과 품질면에서 차이가 없어진 요즘, 시장에서는 새롭게 유행하는 현대 사조들을 패키지 디자인에 반영시켜 표현전략으로의 한 방법으로 활용하는 경향을 보이고 있다.

그 한 예로서 팝아트적 요소의 활용은 미학적 접근에서 패키지 디자인에 아직도 많은 부분의 문을 남기고 있으나 표현이 갖는 독특함은 전형화 된 아름다움이나 모더니즘적 기능주의 양식

에 식상함을 느끼는 소비자들 사이에 일부이기는 하지만 뚜렷한 선호의 경향을 보이고 있다.

또한 팝아트의 광범위하고 유연한 특성은 제작 과정에서 의도적이든 그렇지 않든 팝아트적 요소로서 설명할 수 있게 되었다.

따라서 사회 변화 속에서 다양한 표현을 요구하는 소비자의 심리적 반응과 결부시켜 분석함으로써 패키지 디자인 컨셉과 아이디어를 보충해 줄 수 있으리라 생각되며, 이런 다양한 아이디어들을 패키지 디자인에 있어 차별화된 표현 전략으로 활용할 수 있으리라 생각된다.

IV. 결론

디자인의 문제해결을 위해 새로운 양식을 탐색하기 보다는 오히려 과거의 선구자들이 창조하였던 여러 가지 양식을 절충하거나 모방하고 개작하는 경향이 모든 디자인 분야에 과급되고 있다.

디자인의 흐름은 유행의 순환적 특성을 인정하며 과거 양식을 토대로 발전, 구축해 나가는 것이다.

과거의 양식을 차용하는 것은 향수 때문 뿐 아니라 현재의 표상들이 과거로부터 유래되었으며 지속성과 차이를 함께 지닌 결과로서 유래되었다고 할 수 있다.

이는 차용하고 혼합 또는 각색함으로써 독특한 효과를 자아낼 수 있다. 재현적 이미지, 암시적 또는 상징적, 환상적일 수도 있고 또 한편으로는 그 아무것도 재현하지 않고 의미하지 않는 이미질 수도 있다.

결국 패키지 디자인의 팝아트적 요소의 활용

또한, 판매촉진을 위하여 차별화된 표현수단으로 삼고, 시각적 표현인 그래픽 디자인이 날로 급격히 변해가고 있는 현 상황을 극복하기 위한 노력이라 할 수 있다.

팝아트적 요소의 활용은 패키지 디자인에 다양한 표현의 방법을 부여해 주었으며 패키지의 기능적인 측면 뿐 아니라 문화적 기능까지도 공유할 수 있게 해 주었다.

패키지 디자인에 활용된 팝아트적 요소는 하나의 메타언어(Meta-Language)로서 그래픽 디자인이나 대중매체 가운데에서 발견되는 기존의 표현방식을 차용, 의미론적 관점에서 해석되고 풍자적이고 퍼니한 이미지로 재구성할 수 있다.

이제는 수많은 제품이 경쟁하는 시장상황에서 다른 제품과의 차별화를 이루기 위해 보다 효율적인 소구방법으로서 소비자 기호에 맞는 패키지 디자인의 경향파악을 통한 소비자 관리 철학이 모색되어야 할 것이다. 상품에 대한 정보를 시각적으로 표현하기 위한 사진이나 일러스트레이션, 상품으로서의 이미지, 차별화를 돕기 위한 디자인 전략에 의해 판매가 좌우되고 있으며, 이는 다양한 표현방법의 중요성을 인식시켜주고 있다.

이에, 팝아트적 요소를 패키지 디자인에 위치시키려는 일련의 시도들은 지속적으로 이뤄지고 있다고 볼 수 있다. 이러한 현상들을 패키지 디자인 전략의 한 맥락에서 접근해 봄으로써 판매경쟁이 치열한 시장 상황에서 패키지 디자인의 팝아트적 요소의 활용은 소비자의 구매동기에 영향을 준다는 극명한 사실을 이해할 수 있다. ☐