

시각예술에서 그로테스크의 창조적 역할에 관한 연구 -평면광고 사례연구 중심으로-

A Study on the Role of grotesque Creativity in Visual Arts -Focusing on the case study of the graphic advertising-

의주홍¹, 김희현^{2*}

YI QiuHong¹, Kim, Hee Hyun^{2*}

요약

그로테스크 예술은 19세기 초에 시각예술 영역으로 들어왔고, 20세기 초에는 시각디자인 분야에 광범위하게 사용되었으며, 디자인, 광고 등 현대문화 영역에 끊임없이 침투하고 있다. 그러나 비록 학계에 그로테스크에 대한 연구가 많지만, 미학분야, 특히 광고 디자인 범주의 연구는 매우 적으며, 동시에 그로테스크와 그로테스크 예술, 그 특징에 대한 이해도 대부분은 명확하지 않다. 본 연구는 우선 그로테스크와 그로테스크 예술의 정확한 이해에 대하여 토론하였으며, 이어서 그로테스크와 시각예술, 특히 광고 디자인의 관계와 기원에 대하여 토론하였으며, 또한 '심미형태학'과 그로테스크 심미형태의 관련 이론을 결합하여 그로테스크 예술의 특징을 확정하였다. 마지막으로, 시각예술 중에 평면광고 디자인에 대해 사례분석을 진행하고, 작품 속에 있는 그로테스크 심미형태와 특징을 분석하고, 그로테스크 심미형태와 시각예술 작품의 관계를 파악하며, 작품 속에서 예술효과와 창조적인 역할을 한다. 사례분석 연구결과, 시각예술 중 그로테스크 예술은 명확하게 유리한 가치를 가지고 있으며, 창작자의 창조력, 구상 능력을 향상시키고, 시각언어를 풍부히 하며, 디자인 표현력을 향상시키는 것으로 나타났다.

핵심어 : 그로테스크, 시각예술, 심미형태학, 그로테스크 심미형태, 평면광고

Abstract

Grotesque art entered the field of visual art since the early 19th century, and then was widely used in the field of visual design in the early 20th century, which has been continuously penetrating into the modern culture fields such as design and advertisement. Although there are many studies on grotesque in the academic circle, however, there are very few researches in the field of aesthetics, especially in the advertising design field, and most of which are lack of the insightful understanding of grotesque art and its characteristics. This study first discusses the correct understandings of grotesque and grotesque art, then discusses the origin relations between grotesque and visual arts, especially advertisement design, and outlines the features of grotesque art combined with the relative theories of "aesthetic morphology" and

1 Graduate School of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: 37823790@qq.com

2 Department of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Professor]
e-mail: keheehee2@naver.com (Corresponding author)

Received(November 16, 2022), Review Result(1st: November 30, 2022), Accepted(December 12, 2022), Published(December 31, 2022)



© 2022 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

grotesque aesthetic. Finally, this paper uses the graphic advertising design in visual art as a case study, which analyzes the grotesque aesthetic form and its characteristics, stresses the relations between grotesque aesthetic form and visual art, highlights grotesque aesthetic form's artistic and creative effects in the works. The case study shows that grotesque aesthetic is valuable in visual arts, which is helpful to improve the creators' abilities of creation and conception, to enrich the visual language, to enhance the expressiveness and quality of design works, to increase the competitiveness of the design works.

Keyword : Grotesque, visual art, aesthetic morphology, grotesque aesthetic form, the graphic advertising

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

창의경제가 신속히 궤기하고 창의 산업이 날로 흥기하는 시대 배경에서 혁신디자인은 이미 기업의 핵심경쟁력의 구축, 나아가서는 국가혁신체계구축의 중요한 구성부분으로 부상하였다 [1]. 또한 디지털 기술의 발전으로 광고회사를 둘러싼 시장 환경도 급변하고 있다. 시장의 성장은 둔화되면서 경쟁 환경은 나날이 격화되고 있다. 따라서 광고회사는 물론이고 광고 크리에이터 또한 치열한 경쟁상황에서 스스로의 생존을 확보하고 미래의 가능성을 열어가야 한다 [2]. 서양의 그로테스크 예술이 시각예술 영역으로 들어와 창작에 더욱 많은 가능성을 가져다주었다. 미적 예술의 대립면으로서, 이런 이국적이고, 복잡한, 제멋대로이고, 거칠고, 반역적인, 포괄적인도 스타일은 전통을 도전하고 돌파하는 새로운 시대의 창작자와 디자이너들이 더욱 광활 한 방향을 제공하였다고 생각하고 이런 예술창작은 이미 시대의 진보에 따라 점차 강한 적응력을 나타낸다. 더욱 풍부한 변화하고 강한 풍자적이고 은유적인 의미가 있고 강한 심리를 자극 때문에 광고, 포스터, 설치미술, 행위예술 등 전통 매체까지에 광범위하게 응용되고 있다. 심지어 뉴미디어 분야인 컴퓨터 일러스트, 프로젝션 예술, 음향광전 예술에서도 활약하고 있다. 전통 예술과 문화와 충돌이 생기면서 앞으로 더욱 다양한 가능성을 가지고 있다.

1.2 연구방법 및 범위

본 연구는 시각 예술에서의 괴기 예술의 창조적인 역할에 대한 기초적인 연구를 고찰하기 위하여, 연구 방법으로는 우선 이론을 중심으로 한 문헌 연구를 진행하고 이어서 사례 연구를 중심으로 한 실증적 연구를 진행하였다. 제1장 배경과 목적을 연구한다. 제2장에서는 문헌에 대한 연구를 통해 그로테스크, 그로테스크 예술, 그리고 그로테스크와 시각예술 및 광고와의 관계를 이해한다. 또한 토마스 먼로(Thomas Munro)의 심미형태학설을 기초로 그로테스크 심미형태이론을 제기한 유법민(劉法民)의 이론적 고찰을 통해 그로테스크 예술의 구성방식, 구성요소, 수용반응 등 세 방면의 특징을 찾아내고 시각예술 분야에서 그로테스크 예술을 응용하는 근원과 가능성을 탐색한다.

제3장은 평면 광고 디자인에 대해 사례 분석을 통해 작품 중 그로테스크 심미형태 특징, 표현과 작용을 분석하고, 시각디자인 중 그로테스크 예술의 창조적 작용을 파악한다. 제4장에서는 실증적 사례 연구 분석 결과를 바탕으로, 분석 총괄하고, 향후 시각디자인 분야에서의 그로테스크 예술의 활용과 방향성에 대해 토론할 것이다. 제5장은 결론 및 향후 연구방향을 토론한다.

2. 이론적 고찰

2.1 그로테스크와 그로테스크 예술에 대한 이해

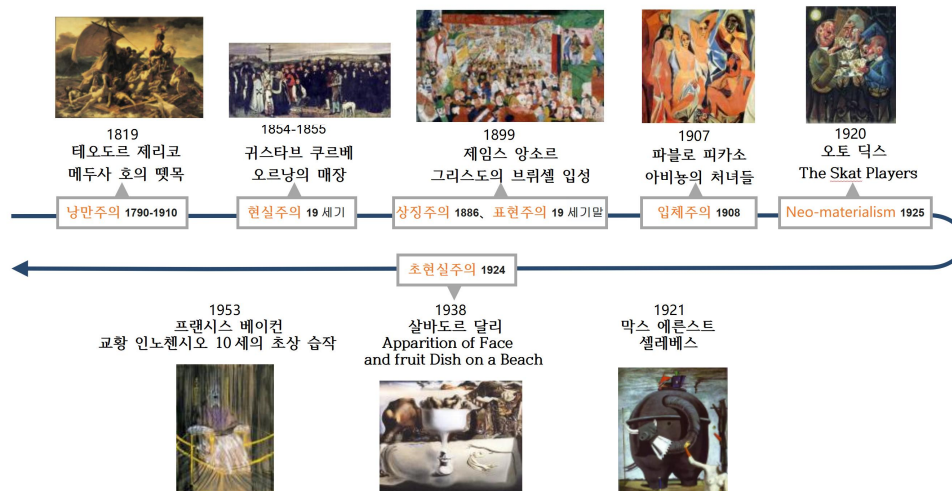
그로테스크(grottesco) 라는 단어는 이탈리아어에서 유래했다. 사람과 동물, 사람과 식물, 동물과 동물, 동물과 식물의 혼합물과 초현실적인 광경들로 가득 찬 유럽 장식의 중요한 양식이다. 예로부터 그로테스크와 그 변천형태에 대한 이해에는 많은 차이가 있었으나 우선 그로테스크의 이질적 사물이 혼합된 작품 구성, 우스꽝스럽고 무서운 수용반응과 육체적인 특징을 긍정하였다. 미하일 바흐친은 그로테스크 변화의 창조적 차원을 강조하였다. 바흐친은 그로테스크를 “형성되고 있는 몸 결코 끝나지 않고 완전하지 않으며, 그것은 계속 건조하고 창조하고 있다. 또 다른 몸을 건조하고 창조한다 ” 이라고 묘사하였다. 바뀔 말하면, 그로테스크는 ‘trans-’로 더 잘 이해할 수 있고 형태로 이해한다. 그것이 무엇인지에 대한 것보다 그들이 하는 일을 묘사하는 것이 더 좋을 것 같다 [3]. 그로테스크 예술 작품의 핵심 구성 방식은 이질적인 것의 혼합이다. 다양한 육체 (식물체, 인체, 동물체의 유기체와 유기체)의 상호 성장전환, 초현실적인 장면, 다양한 소재와 예술적 양식의 혼합은 우스꽝스럽으면서도 공포스러운 반응을 준다. 동시에 각 요소와 특징은 그로테스크 작품 속에 공존하며 모두 고립되어있지 않으며 어느 한가지나 몇 개의 특징만을 가지고 그로테스크 예술을 정의하는 것은 일면적이다 [4].

바흐친은 그로테스크가 풍부한 문화역사적 내용을 가진 심미형태라고 하였다 [5]. 그로테스크 예술은 그로테스크 심미형태를 가진 예술을 가리킨다. 형태가 그로테스크한 예술이다 [6]. 그로테스크의 이미지 스플라이스(拼接), 사실 구상, 의미 모호와 구상상의 전 논리성, 규범에 대한 거부, 상호 침투와 호환성 등은 포스트모더니즘 예술과 부분적 특징이 유사해서 신속하게 포스트모더니즘에 융합되어, 포스트모더니즘 사조의 파장을 부추길 뿐만 아니라 포스트모더니즘 예술의 어느 방면의 선도자가 된다 [5]. 그로테스크 예술은 시종 시각예술에 심원한 영향을 미치고 있다.

2.2 그로테스크와 시각예술의 관계

19세기 초부터 그로테스크는 시각 예술의 주변부로 묘사될 수 없었다. 낭만주의 시기는 그로테스크가 현대 표현의 주류에 들어섰음을 의미한다. 탐구하는 경험과 표현의 다양한 양식의 방식으

로서 널리 알려진 고전미의 보편성에 도전한다. 현대는 시각적 이미지의 폭발을 목격했다. 다양한 방식으로 그로테스크를 도입한다 [3]. 아래 [그림 1] 은 그로테스크 미술의 응용이다.



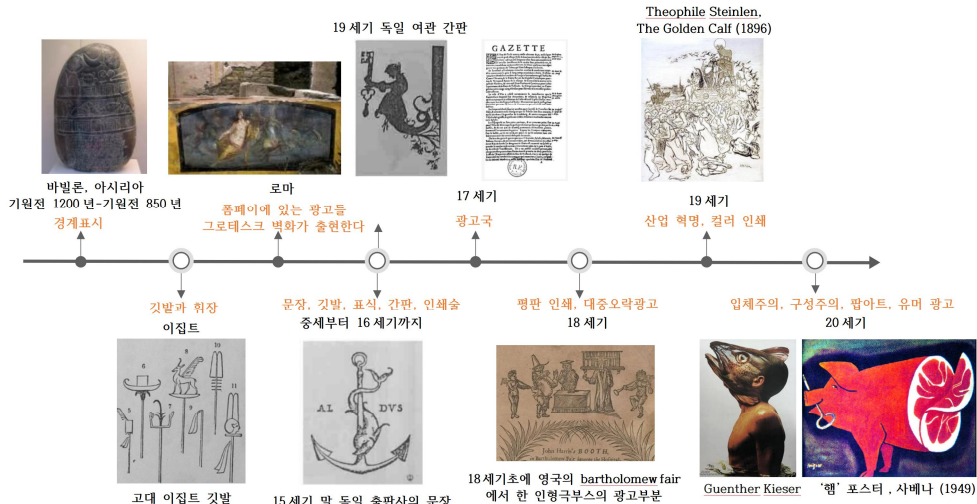
[그림 1] 19세기부터 20세기사이 서양의 그로테스크 미술이 각 예술유파에서 응용되고 발전한 과정 「Modern Art and The Grotesque」 라는 책에 따라 정리됐다

[Fig. 1] The application and development of Western grotesque art in various art schools from the 19th century to the 20th century Arranged according to 「Modern Art and The Grotesque」

진정으로 그로테스크를 시각전달 설계에 광범위하게 응용하게 된 것은 20세기 초 모더니즘 회화가 생겨난 이후의 일이다. 20세기부터 시작하여 각종 풍격과 유형, 기법의 표현, 재료의 종합적인 운용은 시각 설계의 표현력을 크게 향상시켰다. 그로테스크 창조의 표현 경로와 기법은 선, 색채, 조형, 피부질감 등 많은 방면을 포괄하고 구상, 추상, 장식, 만화, 몽타주 사진 및 컴퓨터 제작 등 다양한 표현형식을 결합하여 관객들로 하여금 그로테스크 디자인 작품에 대한 시각적 인식과 정감 체험을 더욱 풍부하게 한다 [7].

2.3 그로테스크를 광고에 적용하는 과정

그로테스크 광고의 기원은 그 이전으로 거슬러 올라간다. 경계표시(boundary markers)는 후세의 게시판과 간판의 시초로 여겨졌다. 그로테스크는 기원전1200년~기원전850년 경계표시에서 처음 출현했다. 경계표시의 내용의 상단이나 그 양쪽에는 얇은 부조로 조각된 동물들이 많이 있는데, 주로 짐승, 조류, 뱀, 거북, 전갈, 그리고 괴수 이외에 반달, 성상도, 신상 등이 있다. 이 부조는 신의 화신으로서 표석을 훼손하거나 비문의 내용을 침범할 경우 그 신이나 괴물들의 저주를 받게 된다고 주장하였다 [8]. 아래 [그림 2] 은 광고 개발과정에서 그로테스크를 응용한 것이다.



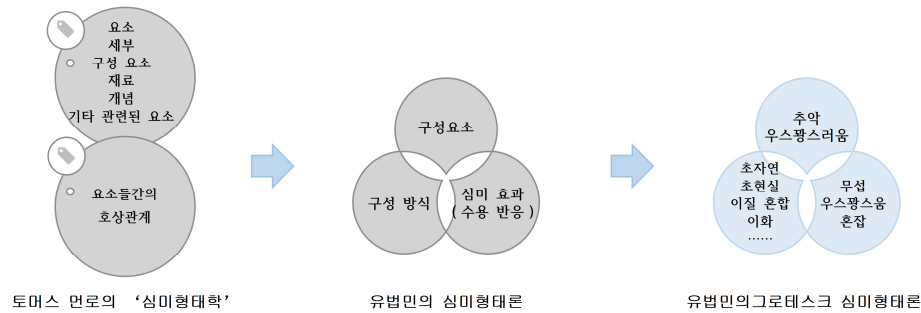
[그림 2] 광고 개발과정에서 그로테스크를 응용 Wen Chunying의 「외국 광고 발전사」(2006)에 근거하여 정리하였다

[Fig. 2] Grotesque applications in the development of advertising Arranged according to 「Modern Art and The Grotesque」 According to Wen Chunying's history of foreign advertising development (2006)

2.4 토마스 먼로(Thomas Munro)의 심미형태학설과 유법민(劉法民)의 그로테스크 심미형태론

20세기40년대에 미국의 저명한 학자 토머스 먼로는 심미형태학을 제기하였는데 그는 미학에서 미의 형식에 대해 서술적 연구를 진행하는 학과를 심미형태학이라고 하였다. 그는 심미형태학의 한 가지 임무는 다음과 같은 방법으로 이러한 부동한 형태를 구별하는 것이다. (1) 요소, 세부, 구성요소, 재료, 개념 또는 기타 관련된 요소들에 따라 이러한 형태들을 구별하는 것이다. (2) 이 요소들이 서로 연결되는 방식에 따라 구분된다.

2005년 중국의 학자 유법민은 전문 저서 ‘그로테스크 예술 미학’에서 이 이론을 개괄했다. 즉, 심미형태학에서는 그 구성 요소, 구성 방식, 그리고 심미 효과 (즉 수용 반응)의 세 가지 특징에 따라 다른 형태의 미를 구분할 수 있다고 한다. 또한 유법민은 심미형태학에 따라 미학사상 사람들의 그로테스크에 대한 이 3개 방면의 견해를 단독으로 뽑아내면 이론적으로 하나의 완전한 그로테스크에 대한 심미형태학설을 구성하였다. 그는 그로테스크 심미형태의 특징을 다음과 같이 개괄하였다. 구성요소는 추악하고 우스꽝스럽고, 구성 방식은 초자연적, 초현실적, 이질적 사물의 혼합, 이화 등이다. 수용적 반응이라는 심미적인 효과는 무섭고, 우스꽝스럽고, 뒤섞여 있다. 이것은 그로테스크의 세 단계 (즉 창작 과정, 작품 자체, 그것에 대한 독자의 수용) [9]에 관한 볼프강 카이저의 이해와 일치한다. 다음 [그림 3]은 이 이론들의 관한 그림이다.



[그림 3] 토머스 먼로의 심미 형태학설, 유법민의 개괄, 유법민의 그로테스크 심미형태론

[Fig. 3] Thomas Munro's aesthetic morphology, Summary by Liu Famin, the grotesque aesthetic Form of Liu Famin

이 이론은 그로테스크 심미형태학설을 더욱 명확히 하였고 그로테스크 심미형태의 구체특징을 총결하였으며 그로테스크 심미형태와 그로테스크 예술을 확정하고 시각 예술 분야에서 더 잘 응용할 수 있는데 의거를 제공하였다. 그로테스크 예술의 구성 방식은 복잡하고 이질적인 혼합한, 초현실적, 어떠한 사물이든지 모두 교차되고 전환되며 더욱 다양한 가능성을 창조해낼 수 있다. 동시에 그로테스크 예술이 사람들에게 가져다주는 심미효과도 복잡하고 모순적이다. 그로테스크 예술 작품은 창의성을 가져 주는 동시에 사람들에게 깊고 강렬한 시각적 인상과 심리적 인상도 남겨 준다. 시각아트의 창작자가 그 특징과 방법을 정확하게 파악하고 합리적으로 운용한다면 반드시 풍부한 창의적인 영감과 예상치 못한 시각적 체험을 가져다 줄 것이다.

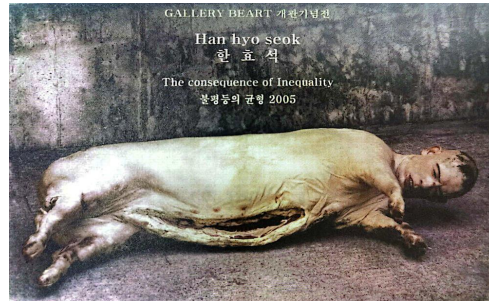
3. 평면광고에 그로테스크 예술을 적용한 사례연구

3.1 유기체 그로테스크 광고

유기체는 생명을 가진 개체의 총칭으로 식물과 동물 (특히 사람)을 포함한다. 유기체 그로테스크 광고는 유기체간의 이질적인 혼합물을 가리키는데 이는 우스꽝스럽고 무서운 시각적 느낌을 가져다준다. 인체 그로테스크는 가장 핵심적인 주제중의 하나이다. 인체 그로테스크 광고는 주로 인체 혹은 인체에서 온 몸통, 머리, 사지, 기관, 오관 등이 각각 기타 유기체, 무기체와 혼합되어 이루어진 그로테스크 광고이다. 무섭고 우스꽝스러운 광고 효과를 낳아 시각적 충격도 크다.

한국 디자이너 한호석씨의 광고 디자인 ‘불평등의 균형’ [그림 4]은 돼지의 몸에 머리가 붙은 그로테스크한 ‘돼지인간’을 그렸다 [10]. 분명히, 그것은 털이 빠지고, 배가 갈리고, 깨끗이 씻겨 고기로 먹을 수 있는 돼지고기였다. ‘돼지인간’은 이미 살처분, 먹히기의 대상이 되었다. 이 광경은 몸서리가 쳐질 정도로 무섭고 구역질이 난다. 이것은 이 작품의 추악한 성분이다. 돼지 몸뚱이에 사람 머리가 있는 형상이 황당하고 기괴하고 웃기는 게 이 작품의 코믹 성분이다. 두 가지 속

성을 가진 사물의 이런 혼합은 현실에서는 전혀 볼 수 없었던 것이다. 이것은 비정상적이고, 자연도 초월하고, 현실도 초월한 극히 생소한 형상이다. 동물에 대한 과도한 도살과 식용이 그로테스크한 수법을 사용하여 은유적으로 표현되었다. 결국 인류도 이런 일을 겪게 된다는 의미이다.



[그림 4] ‘불평등의 균형’, 한효석

[Fig. 4] The consequence of Inequality, Han hyo seok

제16회 멕시코 국제 포스터 비엔날레 (2020)에 입선작인 생물다양성 포스터 ‘가축’ [그림 5]은 돼지 머리와 날짐승의 몸을 한 괴물을 묘사했다 [11]. 돼지의 귀에는 귀표가 달려 있어 이는 괴물이 정상적인 가금으로 사육, 도살, 판매될 수 있음을 의미한다. 일단 검역을 통과하면 우리 식탁에 올려놓을 것이다. 이런 괴물을 먹었을 때의 결과는 생각만 해도 역겹고 메스껍고 무섭다. 그것은 그 추악한 모습이다. 다른 두 속성을 가진 생물이 뒤섞여 성장하고 있다는 점에서, 자연과 현실을 넘나드는 그로테스크한 이미지는 너무나 허무맹랑하고 코믹하다. 이것은 그의 익살스러운 일면이다. 인류가 범한 과오가 어떻게 예측할 수 없는 결과를 초래할 것인가에 대한 경고이 기도하다.



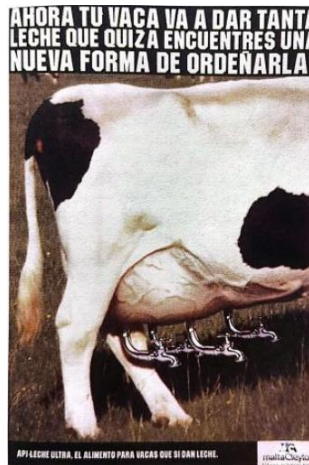
[그림 5] 가축

[Fig. 5] Livestock

3.2 유기체와 무기체 그로테스크 광고

무기체는 인체 및 생명을 가진 기타 개체 이외에 생명체징표가 없는 모든 사물, 예를 들면 도구, 기계 등등으로 볼 수 있다. 무기체와 유기체 그로테스크 광고는 무기체와 인체, 동물체, 식물체를 포함한 유기체가 혼합되어 만들어진 그로테스크 광고이다.

사료광고 ‘젖이 너무 많아 새로운 방법으로 배출해야 한다’ [그림 6] 에서 젖소의 젖가슴 위에는 원래 유두 위치가 4개의 큰 스테인리스 수도꼭지가 자라 있다 [10]. 정상적이 아니고 그로테스크한 형상은 사람들에게 익숙한 것의 극단적인 변이를 일으켰다. 이것이 이 그로테스크한 형상의 추악한 점이다. 동시에 젖소의 젖꼭지는 금속수도꼭지로 교체되며 황당하고 가소롭다. 이 또한 이미지의 우스꽝스러운 면이다. 수도꼭지 젖꼭지를 가진 젖소는 현실에서는 불가능하다. 젖소 몸에 금속 수도꼭지를 부착하는 이 수법은 이질적인 두 사물을 결합시킨 초자연적이고 초현실적이다. 이 은유는 사료가 너무 좋아서 젖이 너무 많이 나와 수도꼭지를 통해 배출해야 한다는 것이다.



[그림 6] ‘젖이 너무 많아 새로운 방법으로 배출해야 한다’ 사료 광고

[Fig. 6] Too much milk needs to be drained in a new way, feed advertisement

‘냄새 없애는 양말’ [그림 7] 이라는 양말 세일즈 광고에는 눈 밑이 충혈되고 흐린 피투성이의 물고기가 나온다 [10]. 등에는 운동화의 혀와 갑피가 나있고 혀와 갑피로 둘러진 신발안의 공간은 바로 물고기의 복강이다. 생선 내장처럼 비린 신발 냄새라는 것은 가히 짐작할 수 있다. 메스껍고 구역질 나게 하는 것임에 틀림없다. 이것은 이 광고의 추악한 점이다. 물고기와 운동화가 함께 자라난 것은 비정상적인 디자인, 자연과 현실을 초월한 창의이다. 신발 속의 악취를 생선 내장의 비린내로 은유했다. 또 이런 얼토당토않은 믹스 매치 이미지를 보면 웃음이 절로 나오는 게 이 광고의 익살이다.



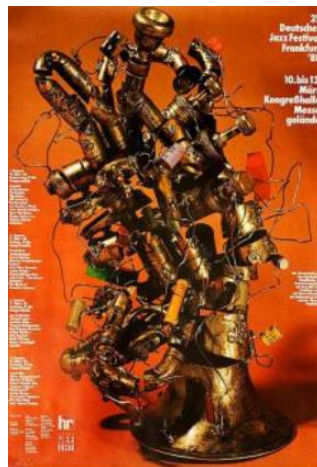
[그림 7] ‘냄새 없애는 양말’, Tak akan terjadidengan 광고

[Fig. 7] Socks that eliminate odors, Tak akan terjadidengan advertisement

3.3 무기체 그로테스크 광고

무기체와 무기체가 혼합되어 이루어진 그로테스크 광고는 인체 및 기타 생명을 가진 개체 이외의, 생명체징이 없는 모든 사물, 예를 들면 도구, 기계 등의 혼합 그로테스크 것으로 볼 수 있다.

금특 개역 (Gunther Kieser) 의 재즈 페스티벌 광고 [그림 8]에서는 재즈의 대표적 악기인 트럼펫의 모든 구조와 부품들이 쪼개져 재구성되고, 저항과 저항선이 자라나는 것과 엉켜 불가분의 전 일체화를 이룬다 [12]. 이런 트럼펫은 상당히 그로테스크하여 보기에 소름이 끼치는데 이것이 광고의 추악한 부분이다. 이 괴상한 형상이 둔하고 혼란스러운 기계 괴물처럼 보이기도하고, 코믹한 느낌이 들기도 하는 게가 광고의 익살스러운 부분이다. 이런 무섭고 웃기는 황당한 형상은 재즈음악의 복잡성과 독특성을 은유하여 재즈의 전위성과 유행을 전달해준다.



[그림 8] 재즈 페스티벌 광고, 금특 개역

[Fig. 8] Advertising for Jazz Festival, Gunther Kieser

아래는 환경 보호 테마의 포스터 [그림 9] 이다 [13]. 포스터는 방독면을 쓴 사람과 미니멀한 공장 시설, 건물 등 두 가지 이미지로 구성됐다. 가면인간의 뇌는 열려 있고 뇌 안의 조직이 드러나 있다. 뇌조직이어야 할 부분에 공장 시설과 건물이 있다. 전체적인 음침한 색감과 말세의 기시감, 등골이 오싹하고 으스스한 느낌이 풍기는 것도 이 디자인의 추악 점이다. 이런 이상한 조합이 이 디자인의 코믹이다. 은유적으로 공업생산이 사람과 생물이 생존하고 번식하는 자연환경에 가져다 주는 오염과 침해를 말한다. 이로써 사람들의 환경 보호 의식을 환기시키기를 바란다.



[그림 9] 환경 보호 테마의 포스터

[Fig. 9] Environmental Poster

3.4 종합체 그로테스크 광고

종합체 그로테스크 광고에는 유기체와 유기체의 혼합도 있고 유기체와 무기체의 혼합도 있으며 무기체와 무기체의 혼합도 있다. 많은 대표적인 화가들이 이 기법을 잘 사용한다. 보스(Hieronymus Bosch)의 세속적인 쾌락의 동산(The Garden of Earthly Delights)은 ‘기계와 식물, 동물과 인간의 무서운 성분의 혼합체가 분열된 우리 세계의 모습’을 표현하고 있다 [9].

다음은 컬럼비아의 디자이너인 랜디 모라 (Randy Mora)의 작품 ‘a dog's dinner’ [그림 10] 이다 [14]. ‘a dog's dinner’은 영어의 전통적인 표현이다. 개들의 저녁이라는 뜻이 아니라, 엄청난 난장판이라는 뜻이다. 작품 완전히 초자연적이고 초현실적인 표현이다. 왼쪽에는 한 무리의 투명한 장치를 가진 로봇이 서있는데, 머리는 커다란 눈알이 있고 몸 가운데는 심장이 있으며, 상지는 벌과 아기의 나체로 되어 있는 것을 똑똑히 볼 수 있다. 하반신은 작은 식탁 모양이고 아랫배에는 작은 조작판이 있다. 로봇 팔은 여자의 머리와 개의 몸을 혼합한 괴물을 끌고 있었다. 기계, 기관, 사람, 동물이 복합적으로 뒤섞인 이런 형상은 무섭기도 하고 우습기도 하며, 우스꽝스럽기도 하고, 추악

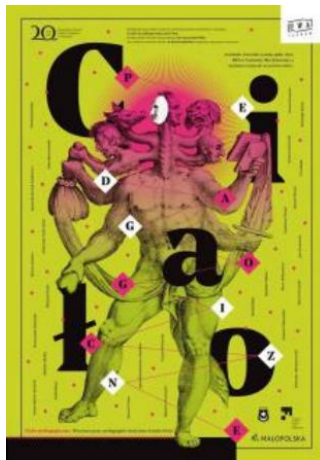
하기도 하다. 작가는 그로테스크의 수법을 사용해서 표면적으로 지저분한 식탁과 형편없는 밥과 개를 묘사함으로써 이 속어에 대해 직접적으로 묘사하였다. 사실은 이것이 이 영어의 속어의 ‘난장판’ 라는 전통 표현에 대한 은유적인 표현이다.



[그림 10] ‘난장판’, 랜디 모라

[Fig. 10] ‘a dog's dinner’, Randy Mora

타르누프 (Tarnow)예술대학 교사 작품전의 작품 ‘Body of work’ [그림 11] 포스터가 제16회 멕시코 국제 포스터 비엔날레(BICM, 2020)입선작이다 [15].



[그림 11] ‘Body of work’ 포스터

[Fig. 11] ‘Body of work’ Poster

포스터의 그로테스크한 형상은 17세기 네덜란드의 한 무명작가가 그린 ‘Warminiaen (전쟁)’ 판화

에 등장하는 괴물을 모델로 했다 [16]. 원판화는 ‘Warminiaen’이라는 이름의 머리가 다섯 개이고 발이 네 개인 괴물을 그렸다. 왼쪽에서 오른쪽으로 탐욕 (Avaritia), 어리석음 (Stupiditas), 속임 (Fraus), 반란 (Seditio), 망상 (Opinio)의 머리가 5개 있다. 사람의 두발 외에 독수리의 두발을 가지고 있다. 그의 손엔 질투 (Invidia)와 전쟁 (Bellum)을 뜻하는 상징물이 들어 있었다. 포스터에는 이 괴물은 다섯 마리 네 팔 스타일로 처리되었다. 가면과 사람의 머리, 사람, 동물의 머리, 토가(toga), 검, 책 등 다양한 요소가 섞여 있어 못생기고 역겨운도 무섭고 괴이하고 우스꽝스러운 느낌을 주는 것이 이 디자인의 추악하고 우스꽝스러운 양면성이다. 이 학교 교사들의 실력과 함께 강한 창의력, 상상력, 교육력을 빚댄 것이다.

4. 사례분석 결과 요약

상기 사례결과를 종합하여 총화하면 그로테스크 심미형태가 평면광고 설계에서 어떻게 구현되며 그로테스크 예술이 어떤 창조적 역할을 하고 있는가를 똑똑히 알 수 있다. [표 1]은 사건에서 구현된 그로테스크 심미적 특징에 대한 정리분석이다. 사례는 ‘유기체 그로테스크광고’ 사례 4건, ‘유기체와 무기체 그로테스크광고’ 사례 2건, ‘무기체 그로테스크광고’ 사례 2건, ‘종합체 그로테스크광고’ 사례 2건 등 4가지로 나뉜다. 분석 결과, 그로테스크 예술을 평면 광고 디자인에 응용하면서 서로 상관없고 질적으로 다른 어떤 것 (유기체, 무기체)도 함께 섞이고 성장시킬 수 있다는 것이 밝혀졌다. 새롭고, 비정상적이고, 현실을 초월하고, 초자연적이고 뒤섞인 이미지들을 만들어내며, 추악하면서도 코믹하며, 사람들에게 무섭고 끔찍하면서도 익살스럽고 우스꽝스러운 모순체험을 가져준다. 그리하여 강렬한 관능적 자극과 깊은 시각 심리적 인상을 산생시킨다. 이런 설계는 창조력과 감화력이 강할 뿐만 아니라 그 속에서 전달되는 시각적 은유는 심각한다.

[표 1] 사례에 나타난 그로테스크 심미의 특성

[Table 1] The grotesque aesthetic characteristic expressed in the case

사례 분석	분류	이질적 사물의 혼합	광고 표상	광고 은유
	유기체	사람+돼지	괴상하고 섞인 사람	과잉 도살
		돼지+닭	괴상하고 섞인 돼지	인간의 탐욕
	유기체 와 무기체	젓소+수도꼭지	괴상하고 섞인 젓소	제품이 좋다
		생선+운동화	괴상하고 섞인 생선	냄새가 고약
	무기체	저항부품+트럼펫	괴상하고 섞인 트럼펫	재즈의 복잡, 독특, 전위
		마스크+산업건물	괴상하고 섞인 마스크	공업 오염에 저항
	종합체	인간+기계+동물	괴상하고 혼합한 사람	난장판
		인간+동물+가면+책+검+토가	괴상하고 혼합한 사람	전통 소비 교육 창조 능력
구성 요소	추악, 우스꽝스러움			
구성 방식	초자연, 초현실, 이질적 사물의 혼합, 이화			
심미 효과 (수용 반응)	무섭, 우스꽝스름, 혼합			

5. 결론 및 향후 연구방향

이상의 사례분석결과를 종합하면 시각예술분야, 특히 평면광고에서의 그로테스크 예술의 창작적 가치를 명확히 인식할 수 있다.

본 연구를 통해 얻은 결과를 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 그로테스크 예술에 대한 문헌적 고찰을 통하여, ‘심미형태학’ 설과 그로테스크 심미형태이론 등 선행연구를 바탕으로 그로테스크 예술과 시각예술, 광고의 연원과 가치에 대한 탐색을 통하여, 그로테스크 예술이 창조성에 유리한 도구임을 이론적으로 다시 한 번 확인하였다.

둘째, 상기의 이론 연구를 기초로 다양하고 그로테스크 심미형태를 지닌 시각 평면 광고 디자인 사례에 대해 실증 연구를 진행했다. 시각예술에 대한 그로테스크 예술의 창조적 작용이 실증되었다. 즉, 전통을 타파하고 다양하고, 새롭고, 비정상적인, 초자연적인 이미지를 창조해 낼 수 있으며, 우스꽝스러우면서도 무서운 모순된 체험을 가져다주고, 강렬한 관능적 자극과 깊은 시각적 심리적 인상을 발생시킬 수 있으며, 또한 각성된 시각적 은유를 전달할 수 있다.

마지막으로, 그로테스크 예술이 비교적 일찍 시각 예술 분야에 진출했지만, 시각 디자인 분야에서 충분한 연구가 이루어지지 않고 있으며, 더욱 중시되어야 하며, 연구와 창작에 큰 공간이 있다. 이것들은 모두 그로테스크 예술, 그로테스크 예술과 시각예술의 관계에 대한 정확한 이해에 관한 연구에 기초하고 있으므로 본 연구를 바탕으로 그로테스크 시각예술의 창작을 추진하여 시각언어를 풍부히 할 수 있기를 바란다.

본 논문의 연구를 기초로 하여 본 연구에서 제시된 그로테스크 예술을 시각예술에 더욱 잘 운용하기 위해서는 계속적으로 심도 있고 질서 있는 연구가 필요하다. 따라서 앞으로 그로테스크 예술과 시각 예술 사이의 관계와 상호 작용, 그리고 현대 그로테스크 시각 예술의 새로운 형태 등을 계속 연구하고, 광고학, 미디어학 등 관련 이론과 결합하여, 그로테스크 예술이 지켜야 할 규칙과 척도 등을 탐구하며, 시각 광고 디자인의 교육과 교수 내용을 풍부하게 할 것이다.

References

- [1] H. T. Zhang, "Study on Designers' Driving Forces for Creativity-From the Perspective of Design Management", Doctoral thesis, Art of design, Wuhan University of Technology, China, 2014, [Online]. Available: <https://kns.cnki.net>.
- [2] H. H. Kim, "The Study on Strengthening Design Knowledge Competence of Advertisement Creators", Doctoral thesis, Department of Visual Design, Chung-Ang University, Republic of Korea, 2016, [Online]. Available: <https://www.riss-kr.proxy.cau.ac.kr>.
- [3] F. S. Connelly, *Modern Art and the Grotesque*, Cambridge University Press, 2003.
- [4] Q. H. Yi, "Discuss the essence of grotesque advertisement from the origin of grotesque art and pan-grotesque phenomenon", *Fine Arts Literature*, vol. 16, no. 5, May 2022, pp. 5-10, doi: 10.16585/j.cnki.mswx.2022.05.31.
- [5] M. Li, *The Grotesque in Visual Arts -- An Interpretation of Cultural psychology*, Hebei Fine Arts Publishing House, 2013.
- [6] F. M. Liu, *Aesthetics of grotesque art*, People's Publishing House, 2005.
- [7] Y. T. Huang, "Study of relationship between design of grotesque commercial advertising and visual cognitive preference", Master's thesis, Art of design, South China University of Technology, China, 2014, [Online]. Available: <https://kns.cnki.net>.
- [8] C. Y. Wen, *History of Foreign Advertising*, Communication University of China press, 2006.
- [9] W. Kaiser, *The Grotesque in Art and Literature*(China Edition), Huayue Literature and Art Publishing House, 1987.
- [10] F. M. Liu, *Selected Works of Grotesque Art*, Oriental Publishing House, 2007.
- [11] "Selected works in Category C of the 16th Mexico International Poster Biennale (BICM) 2020", <http://www.shejijingsai.com/2020/08/544461.html>, (accessed August 17, 2020).
- [12] Z. W. Liu, "20th-century poster Design: Blowing music for posters", [sohu.com](http://www.sohu.com), https://www.sohu.com/a/157845744_450640, (accessed July 17, 2017).
- [13] Q. Qi, "Memory master movie poster style copy", [zcool.com.cn](http://www.zcool.com.cn), <https://www.zcool.com.cn/work/ZMjE4MDIzNDg=.html>, (accessed October 17, 2017).
- [14] "Randy Mora", [randymora.com](http://www.randymora.com), <https://www.randymora.com>, (accessed November 21, 2013).
- [15] J. Tyborowska, "Ciao pedagogiczne - poster design", [behance.net](http://www.behance.net), <https://www.behance.net/gallery/65669543/Ciao-pedagogiczne-poster-design>, (accessed May 21, 2018).
- [16] R. Amsterdam, "Warmينياen, anonymous, 1618", [rijksmuseum.nl](http://www.rijksmuseum.nl), <https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/RP-P-OB-77.293>, (accessed May 10 2021).