

비주얼 광고 예술에서 그로테스크의 본질과 ‘그로테스크 일반화’ 현황에 대해 연구

-그로테스크 이미지 연구를 중심으로-

Research on the Nature of grotesque and 'pan-Grotesque' phenomenon in Visual Advertising Art -Centered on grotesque image research-

의주홍¹, 김희현^{2*}

QiuHong Yi¹, Hee Hyun Kim^{2*}

요 약

상품 시장의 활황으로 새로운 것을 추구하고 눈길을 끄는 예술과 디자인 작품에 대한 수요가 늘면서 디자인과 광고 등 현대문화 전반으로 그로테스크 풍격이 확산되고 있다. 그러나 시각광고 예술 중 그로테스크에 대한 연구가 과소, 게다가 대중들의 그로테스크 본질에 대한 인식이 부족하였기 때문에 그로테스크의 용법이 남용되고 있다. ‘그로테스크 일반화(generalization)’ 현상을 낳게 되었다. 이 현상은 그로테스크 예술과 디자인 작품의 정의와 창작에 직접적인 영향을 끼쳤고 광고 크리에이터들과 대중에게 골칫거리를 만든다. 본 연구의 목적은 ‘그로테스크 일반화’ 현황에 대해 조사를 통하여 시각광고 디자인 분야에서 중시를 일으키며 그로테스크 이미지에 대한 연구와 분석을 통하여 정확한 그로테스크의 본질을 지적하고 그로테스크 광고의 창의적인 기준을 명확히 하며 이러한 현상을 바로잡고 광고 크리에이터들에게 아이디어를 제공하고 그로테스크 예술과 디자인에 참고를 제공하는 것이다. 본문은 중국과 외국의 문헌연구를 기초로 하고 주로 그로테스크의 개념 발전, 이론 발전, 현황, 그로테스크 이미지를 포함한 네 가지 부분에 대해 정리하고 연구하여 전인들의 그로테스크에 대한 접수반응에 있어서의 우스꽝스러움(comicality)과 공포 성분 등 이론을 결부시키고 그로테스크의 본질과 올바른 그로테스크 광고가 무엇인지를 제거하였으며 ‘그로테스크 일반화’ 현상을 수정하고 그로테스크 예술이론내용을 풍부히 하여 그로테스크 예술과 설계 작품의 창작에 도움을 주게 될 것이다.

핵심어 : 그로테스크, 그로테스크 일반화 현상, 그로테스크 이미지, 비주얼 광고

Abstract

With the prosperity of the commodity market, the demand for novelty, eye-catching art and design works has increased, and the grotesque style has spread in modern cultural fields such as design and advertising. However, due to the lack of research on Grotesque in the art of visual advertising, coupled

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: December 15, 2023, 2nd: February 10, 2023), Accepted(March 17, 2023), Published(March 31, 2023)



© 2023 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/>.

with the lack of public awareness of the nature of Grotesque, its usage has been abused which gives rise to the phenomenon of 'Grotesque generalization' of general cognition. This phenomenon directly affects the definition and creation of Grotesque's art and design works, which brings trouble to advertising creators and the public. The purpose of this study is to arouse the attention of visual advertising design field by investigating the current situation of 'grotesque generalization'. Through the study and analysis of grotesque images, this paper points out the correct nature of grotesque, clarifies the creative standard of grotesque advertisements, corrects this phenomenon, and provides a reference for advertisement creators to create grotesque art and design. Based on the study of Chinese and foreign literature, this paper mainly includes four parts: concept development, theory development, current situation and grotesque image. Then, combining with the comical and scary theories of the reception reaction of previous grotesque works, this paper proposes the nature of grotesque and what is the correct grotesque advertisement. In this way, the phenomenon of 'grotesque generalization' can be corrected, and the theoretical content of grotesque art can be enriched, which is helpful to the creation of grotesque art and design works.

Keyword : Grotesque, Grotesque generalization phenomenon, Grotesque image, Visual advertising

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

오늘날 그로테스크는 대중매체에 의해 무한히 희석 과 확장되면서 디자인과 광고 등 현대 문화 분야로 확산되고 있다 [1]. 그러나 그로테스크의 본질에 대한 인식이 부족하였기 때문에 무릇 괴이하고 고괴하고 기괴하고 이상하고 심지어 감각기관에서는 폭력적이고 피비린내 나고 더러운 진감한 충격력이 있는 상황까지도 그로테스크와 동일시하는 ‘그로테스크 일반화’ 현상을 빚어낸다 [2]. 동시에 비주얼 광고 예술에서 그로테스크에 대한 연구가 너무 적어 이론 기초가 부족한데다가 이런 일반화 현상이 출현하여 광고 크리에이터들과 대중 모두에게 번거로움을 가져다준다. 그 목적은 시각광고디자인 분야에서 중시를 불러일으키고 이런 현상을 시정하여 광고 크리에이터들에게 사고방향을 제공하고 디자인을 지도하는데 있다.

1.2 연구방법 및 범위

본문은 주로 문헌 연구 방법으로 그로테스크에 관한 외문자료, 서적, 인터넷정보 및 국내외 선행 연구문헌과 전문저서, 논문에 대한 연구를 이론적 토대로 한다. 먼저 그로테스크 개념, 이론을 연구하고, 중국 CNKI(China National Knowledge Infrastructure)에 수록된 중국어 학위논문과 간행물 논문들 중에서 1985년부터 2021년까지의 ‘미술, 서예, 조각, 촬영’학과 분류 논문과 문헌을 연구 대상으로 비주얼 광고 예술에서 그로테스크 연구현황을 조사하고, 로마벽화의 4대 풍격 이론에 기초하여 그로테스크 이미지의 기원을 토론하다. 그리고 로마 시대부터 19세기까지의 그로테스크 이미지들을 연구하다. 전인들의 그로테스크에 대한 접수반응에 있어서의 우스꽝스러움과 공포 성분 등 이론을 결부시키고 그로테스크의 본질과 올바른 그로테스크 광고가 무엇인지를 제기하였으며

‘그로테스크 일반화’ 현상을 수정하고 그로테스크 예술이론내용을 풍부히 하여 그로테스크 예술과 설계 작품의 창작, 광고 크리에이터들에 도움을 주게 될 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 그로테스크의 이해

그로테스크라는 단어는 가장 일찍 이탈리아에서 기원한 신조어이고 15세기에야 발견돼 기원 64-68년에 이미 세워진 고대 로마의 ‘네루 황금궁전(Domus Aurea)’중의 일종의 장식 스타일이다. 이는 주로 일종의 벽에 장식이고 많은 사람과 짐승, 짐승과 짐승, 사람과 식물, 짐승과 식물의 혼합 괴물이 넘치다. 괴물 사이에서 겪은 점진적인, 각양각색의 탈바꿈 전화 및 가냘프고 휘청휘청한 식물 틀이나 촛대가 자신의 감당능력을 훨씬 넘는 사람의 머리, 짐승의 몸, 조각상, 또는 지붕 등을 떠받치고 있다. 주제는 흔히 자연을 둘러싸고 변화와 변이를 일으킨다. [표 1]은 그로테스크 개념을 발전시켜 정리하면 다음과 같다.

[표 1] 그로테스크 개념의 발전

[Table 1] The development of the concept of the grotesque

시기	견해
15세기 (‘네루 황금궁전’ 벽화의 발견된 후)	부동한 성분의 낱합(kneading), 식물, 동물, 인간, 건축 등 형상의 교직이다.
16세기	부동한 성분이 혼합된 고화와 이 풍경에 대한 모방을 가리킨다.
16~18세기	문학과 비예술 분야에까지 확장되고, 내포된 뜻이 확대되고 만화와 관련되며 공포의 무서운 성격을 억제하고 실질을 상실하였다.
19~20세기	두 가지 관점이 병존하다. 우스꽝스럽고 황당무계하고 괴이한 것과 동등시하다, 우스꽝스러움과 공포가 병존하다.

그로테스크 개념의 발전으로 보면 비록 줄곧 다른 소리가 존재했지만, 모두 우선 작품 구성 방식에 있어 초현실성과 이질이 뒤섞여 있다는 점은 우선 인정했다. 차이는 주로 작품을 접수하는 반응에 대한 이해에 집중되었다. 공포스러운 것인가, 우스꽝스러운 것인가, 아니면 둘 다인가? 따라서 그로테스크의 이론적 발전에 대한 분석은 계속되어야 한다.

2.2 그로테스크의 이론의 발전

그로테스크에 대한 문헌을 연구함으로써 우선 기원전 1세기부터 로마건축학자 비트루비우스와 호라티우스가 모두 그로테스크가 비논리적인 모순의 조합이라고 인정하면서 그들의 평론은 서방의 최초의 그로테스크 이론연구였다. 그 후 중요한 유적지인 네로황금궁전이 매장되고 폼페이 화산폭발 등 원인으로 천년동안이나 지하에 매장됐다. 1500년경까지 로마의 ‘네루 황금궁전’이 발견되면

서 라파엘로(Raphael Sanzio)를 비롯한 이탈리아 화가들은 동굴 속에 들어가 복잡하고 그로테스크한 로마 벽화를 관람했다. 라파엘로의 조수였던 우디네(Giovanni da Udine)의 바티칸 장랑 벽화는 문예 부흥기에 고대 로마 그로테스크 풍격의 유행을 초래하였다 [3]. 이때 비로소 이탈리아어 그로테스크로 'grottesco'가 생겨났는데, 비교적 명확하고 안정적인 함의를 가지게 되었고 체계적 그로테스크 이론의 연구가 시작되었고, 사람들이 그로테스크 벽화의 풍격속성에 대한 법칙성을 축적하였다.

17세기 이후 사람들은 그로테스크의 우스꽝스러운 특징에 대해 더욱 주목하면서 강조하였다. 그리하여 그로테스크와 우스꽝스러움의 개념을 혼동하였다.

1775년 독일 작가 빌란트(Christoph Martin Wieland)이 「모 목사와의 대화」에서 제기한 독자들의 그로테스크에 대해 우스꽝스러운·우스고 메스꺼운·무서운 접수반응의 인식은 현대 그로테스크에 대한 연구의 출발점으로 되었다. 그러나 황당무계함과 괴이한 측면을 지나치게 강조했다. 이 주장은 19세기 까지 지속되었으며 상당 부분 20세기에 걸쳐 계속되는 것이다.

그로테스크 역사에서 이 양자를 가장 먼저 분명하게 구분한 것은 18세기 70년대 게르스텐베르크의 「문학중의 일부 주목되는 특징에 관한 편지」에서 「우스꽝스러운 정신」과 「그로테스크 정신」을 이것이 아니면 저것이라는 명확하게 구분한 것이다.

그 후 1851~1853년의 영국비평가인 러스킨(John Ruskin)의 「베니스의 석」은 그로테스크 구조성분과 접수반응에 대하여 유사 이래 가장 완전하고 가장 정확한 설명을 하였다. “그로테스크 작품은 모두 두 가지 요소로 구성되어있다: 하나는 황당함이다. 둘째는 두려움 …이 모든 작품들은 일정한 정도에서 동시에 이 두 가지 요소를 구비하지 않는 것이 없다” 고 말했다.

20세기에 들어서면서 우스꽝스러움과 공포는 그로테스크의 필수 요소라는 점을 한층 더 강조했으며 그로테스크 효과의 원천인 ‘이화(alienation)의 세계’ 라는 점을 더욱 부각시켰다. 스트로벨은 「공포집」에서 유머와 공포는 인간의 강한 근육에 기인한다고 언급했다.

그래서 그로테스크 이론의 발달을 정리한 것을 통해 그로테스크의 구성 방식이 초현실성과 이질적 혼합 이고 작품의 접수반응은 우스꽝스러움과 공포이고, 이 양자를 동시에 구비하여야 하고, 이와 반대일 경우에는 그로테스크가 아니게 된다.

2.3 그로테스크 현황 - 일반화 현상

사람들이 ‘그로테스크’ 라는 단어의 의미에 대한 공통된 인식이 부족하며, 자신의 이해에 따라 임의로 남용하고 있다는 것을 설명한다…대중문화의 그로테스크에 대한 남용은 그로테스크의 일반화를 초래하였다 [2]. 그로테스크와 관련된 중국 문헌과 학술논문, 전문저서에 대해 연구를 진행했다. 중국 CNKI에 수록된 중국어 학위논문과 간행물 논문들 중에서 1985년부터 2021년까지의 ‘미술, 서예, 조각, 촬영’학과 분류 논문과 문헌을 연구 대상으로 하였다. 조사 상황과 결과는 다음 [표 2], [표 3]과 같다.

[표 2] 그로테스크 이론의 발전

[Table 2] The development of the grotesque theory

분류	학과를 구분하지 않다(편)	‘미술, 서예, 조각, 촬영’ 학과(편)	광고 디자인(편)
학술잡지	766	84	12
학위논문	333	58	12
신문	33	2	1
회의논문	13	1	1
도서	5	0	0
특집정기 간행물	296	27	0
학술간행물	15	0	0
총계	1461	172	26

[표 3] 광고 디자인 학과별 논문에서 그로테스크의 특징을 언급하지 않은 논문들의 편수와 비례

[Table 3] The number and proportion of articles that do not mention grotesque features in the advertising design discipline

분류	총계 (편)	초현실 (편/비)	우스꽝스러움 (편/비)	공포 (편/비)	이질적 혼합 (편/비)	육체성 (편/비)
학술잡지	12	4 (33.3%)	2 (16.7%)	4 (33.3%)	10 (83.3%)	11 (91.7%)
학위논문	8	1 (12.5%)	0	1 (12.5%)	3 (37.5%)	8 (100%)
신문	1	0	0	0	1 (100%)	1 (100%)
회의논문	1	0	0	1 (100%)	1 (100%)	1 (100%)

위의 [표 2]에서 그로테스크에 관한 연구는 많지만 미술학과, 특히 광고 디자인 분야의 연구는 적은 것으로 나타났다. 그리고 [표 3]에서 그로테스크의 대표적인 특징에 대해 많은 문헌연구가 언급되지 않았다. 특히 이질적 혼합과 우리가 곧 분석하게 될 육체성 이 두 요소에 대한 많은 문헌의 연구가 거의 없다. 이는 그로테스크에 대한 인식이 천박하다는 것을 충분히 설명한다.

[표 4] 그로테스크로 오인된 광고와 출처

[Table 4] Mistaken for grotesque advertisements and provenance

종류	제목	연구자	연도	오인된 광고
학위 논문	상업광고의 ‘디자인’ 비주얼 탐색	장이연	2017	
학회 논문	언캐니 개념으로 본 그로테스크 광고	노현지	2014	

이런 그로테스크에 대한 일반화 현상은 비주얼 광고예술 분야에서도 보편적으로 존재한다. 아래 [표 4]중의 광고를 레로 들어보면 우스꽝스러움과 공포, 이질적 혼합과 육체성의 특징을 동시에 가지고 있지 않다. 따라서 이 몇 개의 광고 작품 모두 그로테스크 예술작품은 아니다.

3. 그로테스크 이미지 연구

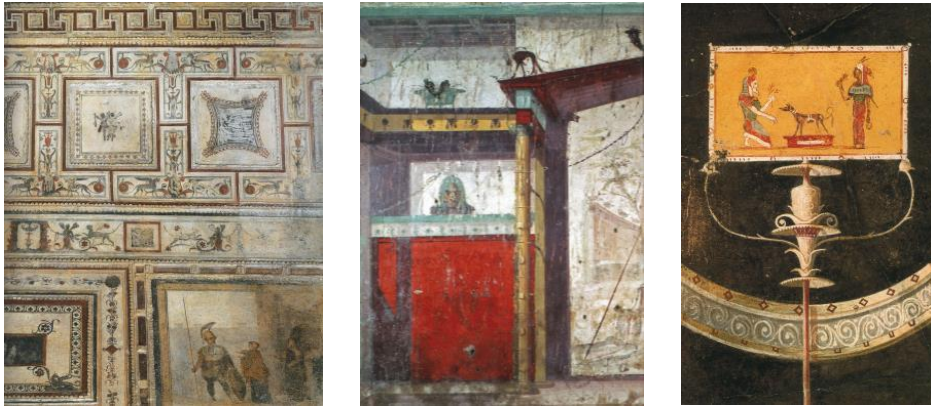
3.1 로마 벽화의 네 가지 풍격과 그로테스크 이미지의 기원

그로테스크 이미지는 1480년경에 로마 황제 네로의 ‘황금궁전(Domus Aurea)’벽화에서 처음 발견되었다. 플리니우스의 『자연사』에 따르면 이 장식은 화가 파물로스(Famulus)에 의해 그려졌는데, 이 화가의 기괴한 성격과 관련이 있는 것으로 추측된다. 벽화에서 우리는 생물과 신화적인 인물, 동물과 식물이 공간에 둘씩 나란히 놓여 있고 부엉이, 리라, 백조와 같은 ‘실제’의 이미지와 연결되어 있는 것을 발견했다. 건물의 배경은 공간 구조가 평면적일 뿐만 아니라, 천장의 복잡한 네트워킹과 정교한 직사각형의 틀 속에 새, 육지 동물, 해양 생물이 배치되어 종종 미로와 같은 형태를 보여준다. [그림 1]의 첫 번째 그림은 그의 관한 그림이다 [4].

그러나 문헌을 살펴보면, 네로 ‘황금궁전’은 그로테스크 이미지의 기원지가 아니며, 그로테스크 이미지의 기원지가 네로 이전, 적어도 반세기 전으로 거슬러 올라갈 수 있다. 후세의 예술가들이 모방하여 추적한 또 하나의 괴상한 그림이 있는 유적지는 로마 남부에 있는 옛 도시 폼페이이다. 서기 79년 화산 폭발로 인해 지하에 묻혔으며, 18세기에 이르러서야 발견되었는데 네로 궁전보다 3세기 가까이 늦게 발견되었다. 이곳의 벽화풍격은 폼페이와 그 근처도시에만 국한되는 것이 아니라 고대 로마 전 세계에 널리 분포하여 로마벽화의 일반적인 면모를 대표하고 있다. 독일의 예술사학자와 고고학자인 아우구스트 마우(August Mau, 1840-1909)는 폼페이의 실내 벽화 장식을 4대 양식으로 구분하였으며, 그로테스크 이미지는 바로 두 번째 양식의 시대에서 생겨났다.

그리고 사실, 그로테스크 이미지의 탄생은 매우 큰 정치적 배경을 가지고 있으며, 위대한 역사적 인물이자 정치인인 옥타비아누스 아우구스투스가 로마 사회의 전통적 가치관으로 회귀해야 한다고 주장한 정책에서 기인한다. 아우구스투스는 특히 날개 달린 승리의 여신, 메두사의 얼굴, 리라, 성스러운 돌, 스팅크스, 삼각대, 그리핀, 염소자리 등을 동전과 공식 및 장식용 미술에 즐겨 사용한다. 옥타비아누스가 로마 원로원으로부터 ‘아우구스투스’라는 칭호를 받은 시점을 기준으로 볼 때, 염소자리는 옥타비아누스의 수호자리이며, 삼각대와 리라, 그리핀, 스팅크스 등은 그의 수호신 아폴론의 특징이다. 이런 이미지들은 공공장소에서나 개인물품에서나 고립적으로 또는 상징적으로 조합되어 광범위하게 사용되고 있다. 많은 역사가들은 이 그로테스크 이미지가 옥타비아누스 정책의 반영이라고 생각한다. 아우구스투스의 정치적열정은 그로테스크 예술을 전파하는데 일정한 역할을 하였는데 이런 예술은 아주 빨리 사람들에게 받아들여졌다 [4]. 대표적인 작품으로는 로마 팔

라틴에 아우구스투스의 집의 ‘the Room of the Masks’ 의 그로테스크 이미지가 대표적인 제2의 양식이다. [그림 1]의 두 번째 그림은 그의 관한 그림이다 [4].



[그림 1] ‘황금궁전’, 아우구스투스의 집의 마스크의 방, 보스코트레카제 왕실 별장(메트로폴리탄 미술관의 그로테스크 이미지

[Fig. 1] Grotesque images of Domus Aurea, ‘the Room of the Masks’ at the House of Augustus, the villa of Boscotrecase at the Metropolitan Museum of Art

아그리파(Agrippa)와 줄리아(Julia)의 아들 아그리파 포스투스(Agrippa Postumus)의 보스코트레카제 왕실 별장(the villa of Boscotrecase)에 그려진 벽화들은 기원전 10년경까지 거슬러 올라가며, 이 별장의 장식은 제3의 양식, 즉 장식풍격으로서 애급풍격이라고도 하다. 이 스타일은 점점 평평해지는 형태(평면화)와 점점 대담해지는 창작 요소(촛대와 같은)의 사용을 특징으로 한다. 게다가 아라비아 무늬가 그 도안 사이에 끼어있다. 그래서 그 근원을 살펴보면, 유럽인의 관점에서 볼 때, 그로테스크 이미지는 심지어 그리스 문화와 동방의 장식 사상까지 거슬러 올라갈 수 있다. [그림 1]의 세 번째 그림은 그의 관한 그림이다 [4].

네로 ‘황금궁전’의 그로테스크 이미지는 사실 기원 41년에서 79년 사이에 유행했던 네 번째 양식인 판타지 양식이다. 제2의 풍격과 제3의 풍격을 바탕으로 하여, ‘황금궁전’에 있는 황제의 초상에 대한 환상은 절정을 이룬다.

3.2 네로에서 19세기까지의 그로테스크 이미지

3.2.1 네로에서 중세 이전까지의 전파와 진화

네로 궁전의 장식 시스템은 수도에서 제국의 다른 지역에까지 확대되었는데, 이는 권력의 중심지와 지역 귀족들 사이에 이러한 예술적 가치를 공유하려는 욕망을 반영하였다. 폼페이의 베티의

집(House of the Vettii)은 장식의 새로운 취미를 보여주는 가장 유명한 사례 중 하나이며, 로마 양식에 가장 근접하면서도 가장 다양하게 변화한 작품이다. 그리고 헤르쿨라네움(Herculaneum)의 사슴 집(House of the Deer)의 벽화도 이 시기의 대표작이다. 초현실적인 광경을 묘사하였다. [그림 2]는 그의 관한 그림이다 [4].



[그림 2] 폼페이의 베티의 집, 헤르쿨라네움의 사슴 집의 벽화

[Fig. 2] The House of the Vettii in Pompeii, the House of the Deer mural in Herculaneum

3.2.2 중세기의 더 무서운 그로테스크 이미지



[그림 3] 인쇄물, 1614; 미니아튀르, 파리 프랑스 국립 도서관(13세기 하반기)

[Fig. 3] Printed Matter, 1614; Miniature, Bibliotheca Nationale de France, Paris(second half of 13th century)

중세기는(서기 5 세기 ~ 서기 15 세기)고대 로마 그로테스크 회화에 대한 단속적인 부흥이다. 고대 그로테스크 회화에서 기원한 ‘사람의 몸은 풀꼬리로 끝나는 장식(people scroll)’을 사용되었다. 동시에 고대 로마 시대의 규제를 혁파하고 더 거리낌없이고 더 다양하고 파괴적이고 더 기형적이

고 괴이하며 비이성이다. 중세의 괴물은 로마시대 작품보다 더 방자한 특징이 있다 [4]. [그림 3]은 그의 관한 그림이다 [4][5].

3.2.3 15세기 말에서 16세기 초의 더 풍부한 그로테스크 이미지

1480년경 네로 ‘황금궁전’ 이 발견되면서 전파 속도가 빨라졌고, 그로테스크는 고대 유산으로 간주되어 중요시되다. 또한 자주적이고 의식적이며 상징적 의미가 숨겨져 있다. 대표성의 혼합에 상형문자 및 배지 기호가 추가되었다. 그로테스크 이미지는 서술성벽화의 장식장면에 융합됐으며 전통적인 그로테스크 이미지는 더욱 자유로운 방식으로 나타났고 초대의 도안사이에는 풍부한 잡교생물이 가득 찼다. [그림 4]는 그의 관한 그림이다 [5].



[그림 4] 시에나 대성당의 피콜로미니 도서관, 핀투리키오(1501-1506)

[Fig. 4] Pinturricchio, Libreria Piccolomini of the Great Sept of Siena(1501-1506)

3.2.4 16세기의 더 틀어진 그로테스크 이미지



[그림 5] 오르비에토 대성당, 산 브리izio 예배당의 벽화, 루카 시뇨렐리(1499 -1504)

[Fig. 5] Fig. frescoes of SAN Brizio Church, Duomo di Orvieto, Luca Signorelli(1499-1504)

16세기의 주요 특징은 더 강한 의식을 지니다. 더 넓은 천장과 벽을 다양하고 장식적인 방법으로 채워 후원자들의 자기 미화와 예술가들의 창의력을 만족시키다. ‘네루 황금궁전’의 장식 처리에 점점 더 자신감이 생겼다. 연상, 조합, 동화, 역동적이고 상상력이 풍부한 표현을 위해 그로테스크의 무한한 잠재력을 계속 사용하다. 대표적인 혼합 요소에는 휘장 장치, 상형 문자 및 자연 주의적 테마, 종교적 테마, 괴물의 혼합이 포함됐다. [그림 5]는 그의 관한 그림이다 [4].

3.2.5 17세기의 더 질서정연한 그로테스크 이미지

17세기 장식은 교식이 점차 약화되고, 회화는 더욱 매끄러워지며 찬양하고 설교하려는 의도가 뚜렷하다. 변형 측면에서는 중세 시대에 만들어져 북유럽 사람들이 상상했던 변형된 요소가 제거되었으며 대표적인 혼합 요소는 천사, 여신, 덩굴 시렁, 파빌리온이다. 대칭과 엄격한 질서는 고전주의로 복귀하다. [그림 6]은 그의 관한 그림이다 [4].



[그림 6] 로마, 퀴리날레 궁전의 코라찌에리 홀(1647)

[Fig. 6] Sala dei Corazzieri, Palazzo del Quirinale, Rome(1647)

3.2.6 18세기의 그로테스크 이미지



[그림 7] 상트페테르부르크, 차르 빌라의 벽 패널, 찰스 카메론

[Fig. 7] The wall panels of the czar's villa , Saint Petersburg, Charles Cameron

18세기에 성숙한 인지력으로 고전주의로부터 의식적으로 해방되었고 심각한 신화와 우화 주제를 피하고 더 우스꽝스럽고 경박한 주제로 대체했다. 기사도, 찬양, 유머 및 이국취미로 가득 차 있다. 이시기의 그로테스크 장식은 네로 시대의 환상과 변형처럼 주로 식물에 집중되었고 점점 더 자연주의적인 장식이 강조되었다. [그림 7]은 그의 관한 그림이다 [4].

3.2.7 19세기의 잔재 그로테스크 이미지

19세기 이후의 주요 특징은 여러 내원이 공존이다. 그로테스크의 복잡한 시스템은 포괄적으로 단순화되다. 살아남은 유일한 것은 아랍 패턴이다. 따라서 그로테스크 작품의 남은 잔류한 부분은 환상과 이단과의 연결에 불과하다. 환상과 이단은 그로테스크 작품의 본질을 의미하다. 이것은 또한 고대의 그로테스크 스타일에 작별을 의미하다. [그림 8]은 그의 관한 그림이다 [4].



[그림 8] 비엔나, 국가오페라하우스, 오페라 하우스(1869)

[Fig. 8] The State Opera, Vienna, Staatsoper(1869)

[표 5] 로스앤젤레스에 있는 게티 박물관에 있는 필사본에 있는 그로테스크 이미지의 주제 분석

[Table 5] An analysis of the subject of grotesque images in manuscripts at the Getty Museum

필사본 원도	주제 분석					
	꽃대	그리핀	리라	인체	면구	동물
						
	식물	트리톤	판신	큐피드	악마	갑옷
						
	기물	혼합 괴물	혼합 괴물	혼합 괴물		
						

동시에 그로테스크 이미지의 성공은 기타 장르에서도 구현됐다. 예를 들면 로스앤젤레스에 있는 게티 박물관(Getty Museum)의 필사본은 네로의 그로테스크 이미지를 부흥시킨 것이다. 트리톤(Triton), 큐피드, 돌고래, 사티로스, 카메오(cameos)등이 섞여 있다 [4]. [표 5]는 이 필사본에 있는 그로테스크 이미지에 대해 주제를 분석해보면 인물, 식물, 동물, 괴물, 기물은 생명체가 있든 없든 혼용되고 교차하고 있다. 모두 식물의 형태로 마무리되며 육체적인 혼교와 혼합으로 가득하다.

3.3 분석결과

첫째, 그로테스크 원래의 모습이 실제로는 복잡한 시스템을 가진 장식적인 실체이며 장식 그림에서 비롯된 것을 발견했다. 그로테스크 이미지는 로마벽화의 4개 풍격시기중 제2 풍격시기에 출현하였다. 네로 ‘황금궁전’에서 발견된 벽화는 그로테스크 이미지의 최초 발원지는 아니다. 최초로 그리스문화와 동방의 장식사상에 바탕을 두고 있다. 그리고 그로테스크 이미지는 네로의 ‘황금궁전’에서 가장 충분하게 표현됐으며 로마벽화의 제4 풍격시기의 대표적인 작품이다. 그로테스크 이미지의 주제와 발전은 아우구스투스 대제의 정책과 그의 수호신 아폴론의 특징 및 그로테스크 화가의 성격에서 많은 영향을 받았다. 그로테스크 이미지는 격자 구조로 외부프레임을 한다. 동시에 복잡하게 장식된 촛대, 얇은 등가(pergola)나 여상주 등을 내 틀로 삼아 자신의 무게를 훨씬 뛰어넘는 직사각형 그림이나 인물, 심지어 건축물까지 지탱하면서 하중의 법칙과 지지의 법칙을 깨뜨리며 점진적이고 다양한 변환을 거친 이들은 대개 식물의 덩굴로 끝을 맺는다.

둘째, 그로테스크의 본질은 전혀 다르고 호환되지 않는 것을 한데 혼합하는 것이다. 로마건축학자 비트루비우스의 「건축서」도 그로테스크가 현실론리가 아니라 상상력에 의해 형상을 조합하는 것을 지적하였다. 피셔는 「미학」에서 그로테스크는 다른 질적 사물을 하나로 결합시킨 결과라고 생각하고, 기계, 식물, 동물의 인간으로의 전환 및 인간의 기계, 식물, 동물로의 전환을 말했다.

마지막으로, 그로테스크는 강한 육체성을 가지고 있다. 그로테스크 이미지의 내용에는 흔히 괴물, 동물, 식물, 인체와 관련된 물건(가면, 인물, 인체 등), 기구 등이 포함되는데, 직접 사용하거나 각 요소를 해체하여 다시 혼합하여 괴물을 만든다. 미하일 바흐친(Michael Bakhtin)은 그로테스크를 형성되고 있는 몸이라고 묘사했다. 그로테스크 변화의 창조적 차원은 “결코 끝나지 않고 완전하지 않으며, 또 그것은 만들어지고, 만들어지고, 또 다른 몸을 만들고 만드는 것이다. 바꿔 말하면, 그로테스크는 ‘trans-’나 형태로 더 잘 이해할 수 있다” 라고 강조했다 [6].

이전의 연구들과 함께, 그로테스크 이미지들은 우리를 웃기기도하고, 무섭기도하고, 놀래우기도 한다. 동시에 그로테스크 이미지는 작품의 구성 방식에서 부동한 질이 혼합된 본질을 구비해야 한다. 그리고 그로테스크 이미지도 뚜렷하고 풍부한 육체적인 특징을 갖고 있다. 또한 이러한 특징이 그로테스크 작품 속에 동시에 공존해야 한다. 비주얼 광고 예술에서 그로테스크 광고는 그로테스크 심미형태를 갖춘 예술이기 때문에 이러한 요소들은 그로테스크 광고예술을 평가하는 중요한 기

준이기도하다. 아래 [그림 9]의 광고는 2013년 ‘Cannes Advertising Festival’ 수상작이다 [7]. 그들은 모두 선명한 그로테스크 특징을 가지고 있다. 광고에는 현지인처럼 말할 수 있는 뜻을 보여주기 위해 수강생들의 입을 크게 벌리고 입에서는 학생들과 다른 나라의 인도인, 일본인, 아랍인들이 자라나다. 강한 초현실적이고 이질적인 혼합성이 있으며 반자연적이고 육체적인 특징이 있다.



[그림 9] Berlitz국제어학원 광고

[Fig. 9] Advertising for Berlitz International Language School

5. 결론

본 논문은 1985년부터 2021년까지 중국 CNKI에 수록된 중국어 학위논문과 간행물 논문들을 대상으로 연구를 진행하였다. 그로테스크 관련 논문은 총 1461 편이지만 그로테스크 광고 관련 논문은 26 편뿐이었다. 광고예술분야에는 그로테스크에 대한 연구가 비교적 적고 그로테스크에 대한 인식이 표면적인 인지와 자아판단에 머물러있다는 것을 발견하였다. 그리고 그로테스크의 몇 가지 중요한 특징에 대해 토론이나 연구가 전개되지 않고 있다. 그로테스크에 대한 학술상의 이와 같은 일반화 인식은 현재 학술영역이든 대중문화영역이든 보편적으로 존재하는 ‘그로테스크 일반화’ 현상이다. 그로테스크 광고에 대한 정의와 창작에 어려움을 조성하였다. 따라서 그로테스크의 본질적 특징을 명확히 하고 그로테스크 광고디자인에 근거와 도움을 제공하기 위하여 본 논문은 문헌 연구를 통하여 그로테스크의 개념, 이론발전, 그로테스크 이미지를 둘러싸고 분석을 전개하였다.

그로테스크 개념에 대한 정리를 통해, 비록 서로 다른 인식을 가지고 있지만, 모두 그로테스크의 초현실성과 이질적인 혼합의 특징을 긍정함을 발견했다. 뒤이어 그로테스크의 이론적 발전을 분석하고 그로테스크 작품의 수용반응이 공포와 우스꽝스러움을 발견하였다. 나중에 4대 풍격의 로마벽화를 배경으로 그로테스크 이미지는 제2 풍격시기에 기원한 형상들을 제기했다. 그리고 그것은 매우 큰 정치적 배경을 가지고 있다. 로마의 전통을 부활시키려는 아우구스투스의 정책, 아우구스투스의 수호신의 특징, 당시 화가의 기괴한 성격에서 영향을 받았다. 그로테스크 이미지들은 하나의 거대한 장식 체계이다. 오랜 역사와 격자화된 조판 방식과 광범위한 주제를 지니고 있으며,

초현실성, 반자연성, 이질적 혼합성, 육체성이 뚜렷한 특징을 지니고 있다. 또한 무섭고 우스꽝스러운 반응을 보였다. 그리고 이러한 특징들이 그로테스크 작품 속에 동시에 존재하며 이와 반대일 경우에는 그로테스크가 아니게 된다. 이런 요소들이 바로 그로테스크 광고를 판단하는 잣대다.

앞으로 이 논문의 연구를 기반으로 시각예술에서 그로테스크의 창조적 역할, 분류, 특성, 디자인 효용, 실천 응용, 현대적인 그로테스크 광고의 새로운 형태, 지켜야 할 규칙과 척도 등 추가 연구를 통해 자세한 연구를 해나갈 계획이고 광고 디자인의 내용과 교수를 풍부하게 할 것이다.

References

- [1] N. J. Kim, "Grotesque Images in Symbolism, Surrealism and Postmodernism", doctoral thesis, Department of Cultural Programming, Kyungsung University, Republic of Korea, 2018, [Online]. Available: <https://www-riss-kr.proxy.cau.ac.kr>.
- [2] F. M. Liu, True Features of Grotesque, Social Sciences Academic Press, 2012.
- [3] X. S. Wu, "Alienation Canon: Grotesque in the visual arts", World Art, vol. 40, no. 1, January 2019, p.40, doi: 10.13318/j.cnki.sjms.008.
- [4] A. Zamperini, Ornament and the Grotesque: Fantastical Decoration from Antiquity to Art Nouveau, Thames & Hudson Press, 2014.
- [5] Q. H. Yi, Grotesque description, Jiangxi Science and Technology Press, 2019.
- [6] F. S. Connelly, Modern Art and the Grotesque, Cambridge University Press, 2003.
- [7] M. Education, "Exaggeration in the application of advertising design", sohu.com, https://www.sohu.com/a/243849189_100158446, (accessed July 28, 2018).