

그래픽디자인에 나타난 그로테스크 이미지 표현의 시각적 인지관계에 관한 연구

A Study on the Visual Cognitive Relationship of Grotesque Image
Expression in Graphic Design

주 저 자 : 이형의 (Li, Jiong Yi)

동의대학교 산업디자인학과 박사과정

교 신 저 자 : 오용균 (Oh, Yong Kyun)

동의대학교 산업디자인학과 교수

ykoh@deu.ac.kr

Abstract

There are not a few cases where Grotesque images are used in visual works. Nevertheless, as an unusual and bizarre design style, Grotesque has some misconceptions about its aesthetic standards in terms of visual perception preference. Therefore, this study aims to further develop research on the emotional function of Grotesque images in order to increase the design value of the Grotesque image and expand the creative value of the expression method by approaching it from the perspective of the positive impact of the Grotesque image on visual perception. Therefore, this paper studies the relationship between Grotesque image expression and user's visual perception.

In Chapter 1 Introduction, in the development process of Grotesque image and the flow of art movement, elements of Grotesque image influenced modern visual design, and the exposure of Grotesque image to the public also increased accordingly. This means that consumers' interest and acceptance of a different visual experience is increasing, and the differentiated design forms a market to induce consumers' emotions and emotions, consumers' perceptions and preferences, and subjective intentions. The purpose, scope and method of the study should be described.

Chapter 2 examines the concept and background of the Grotesque through theoretical consideration of the Grotesque image. When the term Grotesque first appeared, it was just a word to describe a decorative pattern, but after that, it left the decorative pattern and was valued as a style in which horror and humor coexist. In modern art, the Grotesque has an important meaning, and there are many works that reflect the Grotesque style. In this chapter, examples of works created in terms of the history of Grotesques are described.

Chapter 3 analyzes the characteristics of the Grotesque. The first part examines the types of Grotesque images, and the second part examines the types of expressions of Grotesque image designs. In the third part, case analysis related to expression types of Grotesque image design is conducted.

Chapter 4 discusses the relationship between Grotesque image and human visual perception in three aspects: visual stimulus and response, psychological adaptability, and subjective cognition based on the expression type of grotesque image design. The cognitive differences, psychological preference differences, and subjective cognitive differences between the Grotesque exposed to the public view and people's visual cognitive relationship are derived.

Keyword

Graphic Design(그래픽디자인), Grotesque Image Expression(그로테스크 이미지표현), Cognitive Relationship(인지관계)

요약

그로테스크 이미지가 시각적 작품에서 활용되는 경우는 결코 적지 않다. 그럼에도 불구하고 비정상적이고 기괴한 디

자인 양식으로서 그로테스크는 시각적 인지 선호 측면에서 미적 기준에 대해 잘못 알려진 부분들이 있다. 이에, 본 연구는 그로테스크 이미지가 시각적 인지에 미치는 긍정적인 영향 측면에서 접근하여 그로테스크 이미지의 디자인 가치 제고와 표현방법의 창조 가치 확대를 위해 그로테스크 이미지의 정서적 기능에 관한 연구를 한층 더 발전시키고자 한다. 이에, 본 논문은 그로테스크 이미지 표현과 사용자와의 시각적 인지 관계에 관하여 연구한다.

제1장 서론에서는 그로테스크 이미지의 발전 과정과 예술운동의 흐름 속에서 그로테스크 이미지 요소들이 현대 시각 디자인에 영향을 주었고, 이에 따라 그로테스크 이미지의 대중에 대한 노출도 역시 증가했다. 이는 색다른 시각적 체험에 대한 소비자의 관심과 수용도가 점점 더 높아지고 있음을 의미하며, 차별화된 디자인이 시장을 형성함으로써 소비자의 정서와 감정의 유발, 소비자의 인지와 선호, 주관적 의향 등 본 논문의 연구 목적, 연구 범위 및 방법을 서술한다.

제2장에서는 그로테스크 이미지에 대한 이론적 고찰을 통해 그로테스크의 개념 및 등장 배경을 살펴본다. 그로테스크는 처음 등장했을 당시에는 단지 장식 패턴을 형용하는 말이었지만, 그 후 장식적 패턴을 떠나서 공포와 해학이 공존하는 하나의 양식으로 중시되었다. 현대예술에서 그로테스크는 중요한 의미를 지니며 그로테스크 양식이 반영된 작품 역시 매우 많다. 본 장에서는 그로테스크의 역사라는 측면에서 탄생한 작품들을 예를 들어 서술한다.

제3장에서는 그로테스크의 특성을 분석한다. 첫 번째 부분에서는 그로테스크 이미지의 유형을 알아보고 두 번째 부분에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현을 유형을 살펴본다. 세 번째 부분에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현 유형 관련 사례분석을 실시한다.

제4장에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현유형을 토대로 시각적 자극과 반응, 심리 적응성, 주관적 인지, 세 가지 측면에서 그로테스크 이미지와 사람의 시각적 인지 간의 관계에 관하여 논의한다. 대중의 시야에 노출된 그로테스크와 사람들의 시각적 인지 관계의 인식 차이, 심리적 선호 차이, 주관적 인지 차이를 도출한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적
- 1-2. 연구범위와 방법

2. 그로테스크의 사적 고찰

- 2-1. 그로테스크의 개념
- 2-2. 그로테스크의 발전 배경

3. 그로테스크의 특성 분석

- 3-1. 그로테스크의 표현적 이미지

3-2. 그로테스크의 표현 유형

3-3. 그로테스크의 디자인 적용사례

4. 그로테스크 이미지의 인지 관계

- 4-1. 시각적 자극과 반응
- 4-2. 심리 적응성
- 4-3. 주관적 인지

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 목적

시대의 진보와 정보의 발달, 관념의 변화 등에 따라, 최근 몇 년 사이 그로테스크 이미지가 대중들 사이에서 알려지기 시작했고, 이는 기존과는 다른 시각적 경험에 대한 소비자의 관심과 수용도가 점점 더 높아지고 있음을 시사하며 바로 이 때문에 그로테스크 이미지라는 차별화된 디자인이 시장에서 주목을 받고 있는 것이다. 비록 새로운 사물과 관념들이 끊임없이 등장하고 세계화 추세에 따라 교류가 활발해지고 예술적 취향 역시 점점 더 다양해지고 있지만, 그로테스크적인 사고와 그를 바탕으로 하여 창작된 이미지는 여전히 큰 논란의 중심이 되고 있다. 이러한 배경을 감안한다면 현재 대중에게 그로테스크에 대한 수용과 선호를 요구하는 것은 무리가 있다. 그럼에도 불구하고, 그로테스크 예술이 하나의 담지체로서 문화와 예술의 전승에 어느 정도 이바지하고 있다는 것은 부정할 수 없는 사실이다. 사고방식, 경제, 이미지 등은 끊임없이 변화하고 발전하며 이는 예술의 중요한 구성요소이자 수많은 전문가와 학자의 중요한 논의 과제이기도 하다. 따라서 그로테스크의 적용에 대해 최대한 존중하고 능력과 여건이 허용하는 범위 내에서 그에 관한 연구를 확대 및 발전시킬 필요가 있다.

이에, 그래픽디자인 창작 아이디어의 응용 과정에서 다원화 사고방식은 매우 중요하며, 이러한 차원에서 그로테스크의 디자인적용 실제 사례에 대한 분석 및 귀납을 통해 그로테스크가 사람의 심리 활동에 미치는 그로테스크의 영향, 표현기법 등을 살펴보고 이러한 관련 기법과 규칙을 시각디자인에 응용한다면 그로테스크의 예술적 표현을 보다 일반화할 수 있을 것이다. 이러한 시도가 반복적으로 이루어지고 여기에 창의적인 아이디어와 사고를 더하여 더 널리 전파 및 확대한다면, 그로테스크 그래픽디자인에 더 많은 발전 가능성을 가져다 줄 것으로 사료된다.

1-2. 연구범위와 방법

‘그로테스크(Grotesque)’라는 말은 원래 장식 패턴을 뜻하는 형용사였다. 그러나 그로테스크 양식은 대중에게 매우 특이하고 신기한 대상이었으며, 서로 앞 다투어 기존에 없는 새로운 것을 추구하는 오늘날, 예술가들은 그로테스크 양식을 자연스럽게 선호하게 되었고, 나아가 대중에게 널리 알리고자 하였다. 이에 따라 그로테스크는 대중에게 점점 더 많이 노출되었고, 이는

새로운 시각적 체험에 대한 소비자의 관심과 수용도가 점점 더 높아지고 있음을 의미하며 이 때문에 그로테스크 이미지라는 차별화된 디자인이 시장을 형성할 수 있었던 것으로 보인다. 그로테스크 이미지는 그 표현 방법이 기타의 디자인 양식과 다르며 소비자의 시각에 끊임없이 도전함으로써 소비자의 정서와 감정을 유발하고 소비자의 인지와 선호, 주관적 의향에 영향을 준다.

본 논문의 제2장에서는 그로테스크에 대한 이론적 고찰을 통해 그로테스크의 개념 및 등장 배경을 살펴본다. 본 장에서는 그로테스크의 역사라는 측면에서 탄생한 작품들, 예를 들어 상징주의, 초현실주의, 포스트모더니즘 등에 대하여 서술한다. 제3장에서는 그로테스크의 특성을 분석한다. 본 장에서는 크게 세 부분으로 나뉜다. 첫 번째 부분에서는 그로테스크 이미지의 유형을 알아보고 두 번째 부분에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현을 유형을 살펴본다. 마지막으로 세 번째 부분에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현 유형 관련 사례분석을 실시한다. 제4장에서는 그로테스크 이미지 디자인의 표현 유형을 토대로 시각적 자극과 반응, 심리 적응성, 주관적 인지, 세 가지 측면에서 그로테스크 이미지와 사람의 시각적 인지 간의 관계에 관하여 논의한다. 대중의 시야에 노출된 그로테스크와 사람들의 시각적 인지관계의 인식 차이, 심리적 선호 차이, 주관적 인지 차이를 도출한다.

본 논문은 그로테스크 이미지의 디자인 양식을 분류하고 대표성을 지닌 시각디자인 사례를 선별하여 사례 분석을 실시한 후, 분석 결과에 따라 그로테스크 이미지의 시각적 인지에 대한 영향을 알아보았다. 먼저, 그로테스크 예술 이론을 토대로 하여 그로테스크 예술의 역사 및 발전 흐름을 살펴보고 여러 경로를 통해 역사 및 문화적 배경, 서양의 전통적인 그로테스크 예술 응용 방식에 관한 자료를 수집 및 정리하였다. 이를 통해 대량의 실제 사례를 해석의 근거를 삼아 그로테스크 이미지의 시각디자인 응용에 관한 연구 이론과 방법 및 체계, 발전 배경에 대한 인식과 이해를 높였다. 그로테스크 예술은 디자인 요소의 형태적 언어로서, 그 디자인 양식 및 구조 형식에서 일정한 특징을 찾아볼 수 있으며 이를 통해 그로테스크 예술에 담긴 심오한 문화적 가치 및 의미, 시각적 인지, 심리적 암시를 파악함으로써 그로테스크 예술을 보다 객관적이고 다각적으로 이해할 수 있다.

2. 그로테스크의 사적 고찰

2-1. 그로테스크의 개념

15세기 유럽에서는 고고학 연구가 성행했다. 당시 고고학 연구의 중심은 로마였으며 모두 고대 로마 전성기 때의 유적과 유물을 발굴하기 위해 로마로 향했다. 이후 16세기 초 로마 경기장 부근 아피아 가도에서 동굴 하나가 발견되었고, 동굴 천장에는 벽화와 석회 반죽으로 된 부조가 있었다. 이 동굴[그림 1]¹⁾은 나중에 서기 1세기 로마 네로 황제의 황금궁전의 화랑이 인 것으로 밝혀졌으며 그 유명한 <라오콘> 조각도 이곳에서 발견되었다. 고대 로마인들은 일찍부터 건축물을 헐고 그 터에 또 다른 건축물을 짓곤 했는데, 네로 황제가 죽은 뒤 얼마 지나지 않아 황금궁전 자리는 트라야누스 포룸으로 대체되었다. 이후, 로마는 수차례의 약탈을 당하고 파괴되어 많은 유적들이 지하에 폐허로 남게 되었다. 1580년 프랑스 사상사 몽테뉴가 로마를 여행하면서 자신이 땅 밑에 묻혀 있는 건축물의 지붕마루와 담장 위를 걷고 있다는 사실을 발견했고, 자신의 <여행일기>에 발굴 과정을 묘사했다. 발굴 결과, 기둥의 윗부분 하나가 발견되었고 이 기둥은 땅속에서도 과거의 모습과 같이 선 채로 묻혀 있었다. 천년이 넘는 서로마제국 내내 지하에 깊이 묻혀 있었던 고대 로마 유적은 그렇게 점차 세상 밖으로 나왔고, 긴 세월의 흔적과 도시의 변화로 인해 발굴 당시에는 발굴된 유적이 네로의 황금궁전인지 알 수 없었고, 황금궁전의 화랑은 당시에는 단지 하나의 지하실로만 여겨 ‘동굴(Grottes)’이라고 하였으며 화랑에서 발견된 아라베스크 양식과 신화적 형상들을 ‘그로테스크(Grotesque)’라고 불렀다.

그로테스크는 사람, 동물, 꽃, 과일 등을 포함하는 아라베스크 무늬를 말하며 그로테스크에 대한 정의는 시대의 발전에 따라 조금씩 변해왔다. 원래 ‘그로테스코’란 말은 이탈리아어로, 보통의 그림에는 어울리지 않는 장소를 장식하기 위한 색다른 것을 일컬었으나, 오늘날에는 일반적으로 ‘괴기한 것, 극도로 부자연스러운 것, 흉측하고 우스꽝스러운 것’ 등을 형용하는 말로 쓰인다. 그러나 이러한 양식은 대중에게 매우 낯설고 이상하게 느껴지지만, 한편으로는 특이하고 신선하기 때문에 예술가들은 새로움을 추구하기 위해 앞 다투어 그로테스크 양식을 사용하고 그것이 대중에게 널리 알려지길 원한다. 16세기에서 17세기 말 그로테스크 예술은 전문가와 학자들에게 큰 관심을 받기 시작했으며, 당시 그로테스크는 ‘익살스러운 것’으로 여겨졌다. 이후

19세기에 이르러 빅토르위고에 의해 해학과 공포가 공존하고 도처에 존재하는 개념으로 발전되었고, 헤겔은 그로테스크의 개념을 보다 명확하게 하기 위해 그로테스크의 특징을 다양한 영역의 부적절한 혼합, 무절제와 왜곡, 특정 요소의 복제로 정리했다.



[그림 1] 고대 로마 네로 황제의 황금궁전에 쓰인 장식

상기 내용을 종합해보면, 그로테스크적 사고는 일종의 시각적 기호로서 기존의 고정관념을 깨뜨리고 시각적 이미지에 대한 인식과 경험에 위배된다. 그로테스크는 극단적으로 비정상적이고 독특한 사고방식의 지배 아래 탄생한 색다른 미학적 관념으로 볼 수 있으며 강렬한 시각적 기괴함과 충격을 줌으로써 심오한 내적 의미를 생각하게 한다.

2-2. 그로테스크의 발전 배경

그로테스크는 특정한 사조에 포함되지 않고 예술가의 성향이 중요하게 작용하며, 일정한 양식을 갖지 않고, 특정한 예술작품에 불쑥 등장하는 경우도 있다. 예술가들의 자전적 요인 또는 사회적 환경의 영향으로 과하거나 결핍된 표현의 그로테스크가 많이 나타난다. 이는 예술가들의 실재에 대한 체감의 표현인 것이다.²⁾

16세기부터 17세기 말까지 그로테스크 예술은 학자에게 높은 관심과 주목을 받았으며 학자들은 ‘그로테스크는 곧 해학적인 것을 의미한다’고 여겼다. 이후 19세기에 이르러, 프랑스 작가 Victor Hugo는 그로테스크의 예술적 특징을 이질적인 것들의 불합리한 결합, 극단과 왜곡, 부자연스러움, 세 가지를 그로테스크의 특징으로 제시했다. 일부 학자들은 그로테스크를 일종의 예측이 불가하고, 심지어 어떠한 제한도 받지 않는 일

1) [https://onearteveryday.com\(2021.01.08\)](https://onearteveryday.com(2021.01.08))

2) 조영아, ‘현대미술에서 그로테스크 표현연구’, 숭실대학교대학원 박사논문, 2013, p. viii

종의 ‘소질(素質)’로 보았다. 예술분야에서 그로테스크는 서로 뒤엎혀 배열된 무늬와 작고 기괴한 인물과 동물 형상들이 주로 어떤 특정 형식의 건축 구조에서 대칭 구도로 표현되며 이러한 양식의 디자인은 고대 로마에서 벽화 장식, 바닥 모자이크 등으로 유행하였다.

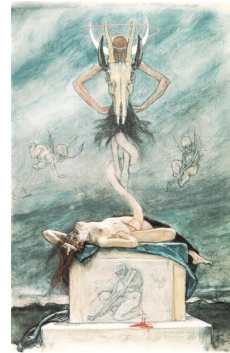
한편, 일부 예술계 사람들은 그로테스크 개념이 전 근대적 예술에서 일시적으로 등장했던 것이며 현대예술에서의 응용은 어렵다고 여기기도 한다. 평론가 Ewa Kuryluk에 따르면 그로테스크적 응용은 주도적인 지위에 있는 유럽문화에 국한되는 것이며 유럽의 르네상스 시기와 고대 로마의 유적 발굴 시기부터 시작하여 19세기까지 이어졌고, 그로테스크를 20세기 현상의 일부라고 보기 어려운 이유로 20세기에는 그로테스크가 반(反) 세계를 형성하는 선결조건이 되는 중심문화가 더 이상 존재하지 않기 때문이라고 하였다. 여기서 반(反) 세계는 하위문화를 반영한다.

Ewa Kuryluk가 말하는 중심문화란 주류문화의 규범과 가치관을 말하고, 하위문화란 기존의 제도와 법, 학술 및 예술, 허용된 성(性) 등을 말한다. 이러한 관점을 토대로, 일각에서는 그로테스크적 작품이 비록 고대와 중세기의 영향을 받았지만, 그 중요성은 오히려 16세기에서 19세기에 이르는 시기의 하위문화에 구현되었다고 보았으며, 평론가 Geoffrey Harpham 역시 이러한 관점에 동의했다. 그로테스크와 모순의 만남은 ‘그로테스크적’이라는 개념을 구성할 뿐만 아니라, 나아가 기독교 학설 또는 주류문화의 규범을 반박하는 일종의 표현 양식으로 쓰인다. 이렇듯 일부 작가들은 그로테스크적인 것을 일종의 현대주의 양식으로 보기도 한다.

고대 및 현대예술에서 어떤 이들은 그로테스크가 이미 사라진 개념이며, 다만 현대예술에서 그로테스크 이미지가 중요한 의미를 지닐 수 있다고 여긴다. 현대의 그로테스크는 정서적인 요소이며 그 속에는 사람이 인지할 수 있는, 동시에 피하고 싶은 대상이 담겨 있다. 심지어 감각 안에 어둡고 숨기고 싶은 부분이 존재하기 때문에 사람들이 일반적으로 싫어하는 불편함이 그 특징이기도 하다. 현대사회에서 불안과 초조함이 존재하는 한, 모든 것이 그로테스크한 고딕풍이 될 수 있으며 이러한 기괴한 문화는 끊임없이 변화한다. 이 때문에 일부 평론가들은 그로테스크의 개념을 현대예술의 관점에 적용하거나 현실에서 받아들이기 어렵다고 생각한다.

상징주의 예술가들은 종말론적 세계관과 주관적인 관념의 예술세계를 심화함과 동시에 죽음과 악마, 절망

과 고통에서 배회하며 자기연민을 통해 위안을 얻고자 했으며 비현실적인 주제와 우화 세계를 기괴하게 병치 시킴으로써 그것을 표현했다. 상징주의 예술가 중, 황당하고 기괴한 우화 세계를 표현한 화가로는 Felicien Rops, Alfred Kubin, Max Klinger³⁾가 있다.



[그림 2] <The Sacrifice, from The Satanic Ones>, Felicien Rops, 1882

초현실주의 화가들은 자동기술, 꿈과 무의식, 환각적인 회화 표현으로, 초현실주의의 본래 목적처럼 이성 통제에서 벗어난 인간 해방을 실현하기 위한 하나의 수단과 여러 기법을 통해 이루어지며 자유로운 사고의 충돌 속 인간의 잠재의식과 통제된 영역 표현의 범위를 확장해 나갔다.

벨기에 화가 Ren Francois Ghislain Magritte는 초현실주의에서 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 그는 성격이 괴상하고 이율배반적인 모순된 인격을 지녀 사람들은 그를 미치광이로 여겼다. 당시에는 사회적으로 매우 혼란했고 그로 인해 문화와 예술 분야 역시 큰 타격을 받았지만, 그는 냉철하고 이성적인 사고방식과 예리한 관찰력으로 일상 속 사물을 해체, 변형, 재구성하여 표현함으로써 자신만의 더욱 독특한 회화 양식을 형성했다. 그의 회화 양식은 사회 현상으로 가득 차 있으며 표현방식은 예측하기 어려울 정도로 독특하다. 그의 초기 회화 양식은 Giorgio de Chirico와 Sigmund Freud 심리학의 영향을 받았으며 극도로 고요한 것, 낯이 나갈 정도로 우아한 것, 세속에 대한 탐닉으로 가득한 신비로움 등 다양한 내용을 표현했다.

포스트모더니즘 그로테스크는 Michel Foucault와 Jacques Derrida 등 후기구조주의와 해체주의 개념을 토대로 형성되었다. 동시에 상업화라는 포스트모더니즘

3) [https://www.nbfox.com\(2021.01.08\)](https://www.nbfox.com(2021.01.08))

의 특징은 그로테스크 이미지가 대중매체와 대중문화와 서로 결합하는 연결고리가 되었다. 포스트모더니즘 미술가들은 복제와 차용을 통해 기존의 신화(神話)를 파괴함으로써 대중을 놀라게 했다. 특히, 유럽의 전래동화를 미학적으로 새롭게 해석하여 유행문화 속에서 재현했다. 그로테스크 이미지에 대해 이야기할 때, 포스트모더니즘은 초현실주의에 비해 상대적으로 더 광범위하고 차별화된 특징을 띤다. 포스트모더니즘의 특징은 신체를 해체함으로써 그로테스크적 공포를 형성하고 해체된 신체 이미지는 우리에게 익숙한 신체 이미지가 아닌 변이 또는 절단된 신체 이미지로 사라지거나 파괴된 신체를 의미한다.

3. 그로테스크의 특성 분석

3-1. 그로테스크의 표현적 이미지

1990년대 이후의 신체미술은 표현방식이나 소재 등에서 과격하고 노골적인 방법으로 전개된다.⁴⁾ 1990년대 이후 나타난 예술에 대한 전반적인 분석하며, 상징주의, 초현실주의, 포스트모더니즘에 대한 많은 작품을 참조하고 그로테스크 이미지의 특성을 분류하였다.

3-1-1. 악마적 이미지

‘악마’라는 말은 성경이나 유대 히브리어에서 쉽게 찾아볼 수 있는 말로, 마귀로 여겨지는 ‘사탄’ 또는 ‘루시퍼’라고도 한다. 신적 존재에 의해 제한되었지만 파괴적인 강력한 힘을 소유하고 있는 악마를 지적 존재로 보며 성격은 뱀과 같이 간교하고, 용과 같이 난폭하며 인간의 영혼을 살해하는 살인자가 곧 악마라고 말한다.⁵⁾

그로테스크는 이런 세상의 악마적 요소를 통제하여 쫓아내려는 시도로서 그로테스크의 측면 중 악마적이고 무시무시한 이미지를 강조하여 예술의 불합리하고 거의 초자연적인 영역을 묘사한다고 카이저는 정의 하였다. 악마성은 인간 내면의 파괴적이고 공격적인 죽음의 본능(Thanatos)을 배경으로 괴기스런 악마적 모티프를 사용하여 잔혹하게 표현되고 있다. 문화예술 영역에서 보이는 그로테스크 현상은 악마를 통해 시대적, 사회 부조리와 자본주의의 모순을 부각시키고 인간 삶의 본

질을 역설적으로 표현한다.⁶⁾

그로테스크의 악마적 이미지가 잘 드러난 예로는 벨기에의 표현주의 화가 J. Ensor(1860~1949)를 들 수 있다. 그는 주로 가면과 해골을 이용하여 병적이고 기괴한 주제와 기이하고 비현실적인 이미지를 표현한다. 예를 들어, 그의 작품 <가면들 중의 엔소르>에는 그를 비난하고 이해하지 못하는 가족과 예술계인들의 모습이 담겨 있다. 엔소르는 그러한 주변 사람들의 생각을 그만의 독특한 자화상 속에 충분히 반영하였는데, 작품 속 그는 철저히 소외되어 있고 주변에는 온통 추악하고 우매하며 무관심한 얼굴의 가면들로 가득 차 있으며 그 가면들은 바로 그의 친구들과 주변 지인들의 진면목을 표현한 것이다.

3-1-2. 유희적 이미지

유희란 어떤 외적 결과를 실현하기 위해서가 아니라, 활동 그 자체의 흥미 때문에 일어나는 심신의 자유로운 발동이며, 긴장을 필요로 하는 일에서 벗어나 원시적인 마음 편안한 활동으로 돌아가는 것이다.⁷⁾ 그로테스크의 유희성은 일상규칙을 위반, 이질적 요소의 도입, 강조, 반향, 모순, 부조화, 비율이나 차원을 과도하게 왜곡하거나 비틀음으로써 보는 이에게 놀라움, 쾌감, 우월감을 갖게 해서 웃음을 자아내게 한다.⁸⁾

스페인의 낭만주의 화가 Francisco Jose de Goya(1746~1828)의 작품은 진정한 자아를 찾고 표현의 완전한 자유를 얻기 위해 고독한 자아를 철저히 증명한다. 그는 일탈과 투쟁의 운명을 살았으며 회화언어의 대대적인 혁신을 추구하고 민족과 시대의 아픔에 주목했다. 정치적 자유, 주제에 대한 강력한 상상의 자유, ‘필치’의 자유는 유희 붓, 연필, 깃털 붓 등을 통해 구현되었으며 작품 속에서 철저히 혼합되어 보는 이를 초조하고 불안하게 만든다. 그의 작품 속 그로테스크적 요소는 조롱과 배척의 대상, 즉 부정적인 의미로 쓰였으며 혼란한 시대를 살아가는 사람들이 겉에 질려 미신을 믿는 세태를 조롱하고 비판하고 있다.

3-1-3. 혐오적 이미지

6) 장미숙 양숙희, 1990년대 후반 그로테스크 메이크업에 관한 연구-메이크업 광고와 컬렉션을 중심으로, 복식문화학회, 2000, Vol.8, No.3, p.446.

7) 학원사 편집부, [철학대사전], 1985, p.855.

8) 하지수, [현대 패션에 표현되는 유희성], 1994, p.75..

4) 미세인, ‘1990년대 이후 그로테스크 신체 표현의 양상 연구’, 전남대학교 석사학위논문, 2020, p.26.

5) 오태현, [악마 개념의 신학적 이해], 2002, p.20.

그로테스크의 혐오성은 근본적인 두려움과 불쾌감을 가지게 하는 존재의 표현, 가학적 충동으로 야기되는 인간본능의 폭력적 성향의 표현 등으로 나타나고 있다. 이러한 표현방식은 보는 사람들에게 심리적 갈등을 유발시키고 긴장감을 주어 혐오스러운 감정을 극대화시킨다.

그로테스크한 일그러트리기는 끔찍하고 우스울 뿐만 아니라 매혹적이면서도 동시에 혐오적이다. 그로테스크를 직면하게 되면 이미 알려진 방법에 의해 상황이 해명되어질 것이라는 기대가 충족되지 않는데, 이때 어떤 다른 적당한 해결방법이 존재하지 않는다. 그러한 과정에서 기대지평의 파괴와 보존이 팽배한 균형 관계를 유지함으로써 그로테스크는 매혹적이며 동시에 혐오감을 불러일으키게 된다.⁹⁾ 초현실주의 화가 Salvador Domingo Felipe(1904~1989)의 작품 <Pieta>는 의도적으로 신체 일부를 절단시킴으로써 무한한 공간을 표현한다. 이러한 ‘혐오스러운’ 표현 방법은 보는 이의 감상을 끝기에 충분하다.

3-2. 그로테스크의 표현 유형

현대미술에서 아름다움과 규범적 시각에 저항하는 수단으로 신체를 사용할 경우, 규범에서 이탈한 여러 유형의 몸을 시각화하여 완전함과 아름다움과 같은 용어가 무엇을 의미하는지, 그리고 누가 그것을 규정하는 힘을 지니고 있는지에 대해 질문한다. 이로써 완벽한 신체에 반기를 드는데, 이러한 정상에서 벗어난 신체의 표현 특성은 그로테스크한 성질을 수반한다.¹⁰⁾

인간이 느끼는 공포라는 정서는 모두 신체에 위해를 가하는 데에서 비롯된다. 따라서 인간의 신체는 그로테스크함의 기본 전제가 되며 우리가 정상적으로 느끼는 신체의 형상을 비정상적이고 이질적인 불완전한 상태로 바꾸거나 아예 알아볼 수 없을 정도의 형상으로 표현하는 그로테스크적 행위는 신체에 대한 파괴와 본질적으로 같다고 볼 수 있다. 인간의 신체를 대상으로 기괴한 이미지를 만들고, 이러한 이미지를 통해 현실 문제를 풍자하거나 새로운 사물이나 관념을 탄생시킬 수 있다. 과거에는 인간의 신체가 주로 아름다움의 상징으로 표현되었지만, 미디어가 다원화되고 디지털 시대가 도래함에 따라 신체는 더 이상 아름다운 대상이 아닌

문화와 환경의 영향을 받고 지배를 당하는 대상이 되었다. 이러한 맥락을 토대로, 본 절에서는 1990 년 이후의 그로테스크 예술 작품을 분석하여 그로테스크의 디자인 표현 유형을 연구를 통해서 신체 표현 측면에서 그로테스크 이미지 디자인의 표현 유형을 살펴본다.

3-2-1. 해체

신체 이미지는 시대와 문화에 따라 그 의미와 표현 방식에 차이가 있다. 과거와 달리 신체는 점차 해체되고 파편화되어 불안정하고 비전형적인 신체로 변모하고 있으며 특히 1990년대 이후 신체 이미지 표현은 불완전한 신체를 전면에 드러냄으로써 하나의 유기적인 통일체로서의 온전한 신체를 거부하고 전복하는 방향으로 발전했다. 보편적이고 동질적인 시간성을 소멸시키기 위해서는 공간성 역시 다시 규정되어야 한다. 서구 근대사상에서 공간의 개념은 시간의 개념과 마찬가지로 동질성과 보편성을 지닌다.

포스트모던 사상가 Michel Foucault(1926-1984)는 유토피아(utopia)와 헤테로토피아(Heterotopie)라는 개념을 통해 두 개의 대립적인 공간 개념을 제시한다.¹¹⁾ 유토피아는 실제로 절대 존재하지 않은 비현실 공간이다. 그러나 이러한 허구적인 유토피아와 달리 우리의 실재적인 삶의 배치를 이루는 재현적 파생공간이 존재하며, 이것을 ‘이 사회에 반(反)하는 공간’, 즉 헤테로토피아라고 명명한다. 헤테로토피아는 현실 공간 및 유토피아와는 구분되는 것으로, 현실적인 동시에 신화적인 공간이다. 이는 사회제도나 문화에서 발견할 수 있는 고정된 배치나 구성을 재현하고 그것에 저항하며 다시 전복하는 반(反) 공간인 것이다. 본래 의학용어로 이소성(異所性)이라고 번역되는데, 이는 신체 부위나 기관이 비정상적인 자리에 있는 위치이상을 가리킨다. 그리고 일상의 리듬을 벗어나 있으므로 선행적인 시간을 가지지 않는다. 현실과 환상의 이중 구조로서 혼합적인 공간에서는 주체의 과거, 현재, 미래가 혼합되어 있다. 이에 헤테로토피아는 인간의 덧없고 강박적이며 불안한 측면을 미적으로 체험할 수 있는 무대라고 볼 수 있다.¹²⁾

해체는 원래의 물체 형상을 분해하고 원래의 구조 관계를 무너뜨린 후 다시 배열 및 조합하는 것으로, 이 이미지 해체는 주로 반(反) 공간, 반(反) 구조, 반(反) 투

9) 권선형, 사실주의와 그로테스크-빌헬름 라베의 소설 「포겔장의 서류들」 고찰, 한국독일문학, Vol.73, No.1, 2000, p.52.

10) 미세인, ‘1990년대 이후 그로테스크 신체 표현의 양상 연구’, 전남대학교 석사학위논문, 2020, p19.

11) 미셸 푸코, [헤테로토피아], 이상길(역), 서울: 문학과 지성사, 2014, pp.752-762.

12) Ibid, p.114.

시의 비정상적인 모습으로 나타나기 때문에 시각적으로 매우 강한 흡입력을 지니며 생리적, 물리적, 심리적 여러 측면에서 사람들이 새로운 것을 연상하고 논리적 추론을 하게 만든다.

3-2-2. 변형

예를 들어, 경험주의 철학자들은 공간을 경험과 추리를 통한 보편적 개념, 즉 우리가 외부 경험을 바탕으로 추상하여 구축한 하나의 보편적 개념으로 본다. Immanuel Kant(1724-1804)는 공간은 외부 현상의 관계 속에서 경험적으로 얻을 수 없고, 오히려 공간의 표상을 통해서만이 외적 경험이 가능하다고 보았다. 구체적인 대상에 대한 경험을 추상화한 개념이든, 구체적인 대상에 대한 경험을 가능케 하는 근본적이고 피할 수 없는 표상이든, 현대 철학자들에게 있어 공간이 동일적이고 보편적이라는 사실은 확고하다.

영국의 대표 화가인 Francis Bacon(1909-1992)의 회화 특징인 재현의 파괴, 이미지의 왜곡, 구상과 비구상의 모호한 결합은 단순히 신체의 왜곡과 변형으로 행위적인 신체에 있지 않다. 이러한 베이컨의 표현 방식은 어떤 특정한 무엇을 표상하지 않으며 끊임없이 변이와 결합의 과정을 통해 기존의 개념과 실재를 해체하고 새로운 현실의 유형을 도출해냄을 의미한다.¹³⁾

변형은 주로 과장 등의 기법을 통해 시각적 이미지의 일부 또는 전체에 변형을 가하는 것으로, 원래 사물에 대한 통념, 고정관념을 무너뜨리고 황당한 화면 효과를 연출한다.

3-2-3. 절단

몸이라는 것은 사회적 이데올로기의 다양한 조건들이 집결되어 정치화되는 장소로 탐구되어 왔으며, 특히, 1990년대 이후 ‘대용물로서의 신체’를 탐구하는 경향이 대두되며 유사인간형(Humanoid Form)표현이 두드러지게 나타나고 있다.

어떤 완전한 형태를 분할하거나 찢는 것으로, 구멍을 뚫거나, 자르거나, 벌리거나, 끊는 방식을 통해 물체의 원래 형태를 바꾸어 시각적으로 놀랍고 압도적인 느낌을 준다. 그로테스크 이미지는 절단 기법, 특히 인체를 절단하여 극도로 놀랍고 공포스러우며 기괴한 모습을 만들어낸다. 인체는 우리에게 가장 익숙하면서도

가장 사적이고 소중한 대상이기 때문에 인체에 대한 공격이나 상해는 다른 대상보다도 훨씬 더 공포스러운 느낌을 주며 더 강렬한 그로테스크 효과를 자아낸다.

인간의 속성과 본질에 대한 끊임없는 탐구로 신체의 개념과 그에 관한 논의는 역시 지속적으로 확대되고 있다. 과거에는 신체를 완벽하게 표현함으로써 숭고미(崇高美)를 재현하고자 했지만, 이제는 기존의 이데올로기를 깨뜨리기 위해 비(非) 숭고적인 것을 추구하고 있다. 이상적인 신체와 실제 신체 사이의 괴리는 유사인간형으로 표현된다. 현대미술에서 볼 수 있는 유사인간형의 표현 방식은 주로 기계와 결합된 사이보그 신체, 동물이나 식물을 인간과 결합한 혼합형 신체, 인형이나 마케팅 등으로 인간의 모습을 대체한 인공적 신체, 이 3가지 양상으로 인간의 신체를 대신한다.

3-2-4. 전도

인간의 신체를 엮어 나가는 봉합의 궤적은 주로 신체를 머리와 그 나머지로 나누는 이중 분절화된 공간화 전략을 통해 이루어지는데, 인간의 머리는 정신과 이성, 영혼의 심급으로 여겨졌다. 머리는 인간화된 정체성이 각인되는 장이며, 얼굴은 정상화의 기제이자 규범의 장인 상징계가 강화되는 표면이다. 왜냐하면 상징계 역시 정상과 비정상, 인간과 비인간 등 이분법적 질서에 의해 결정되는 자리와 이름의 질서이며, 이러한 구조에 의해 얼굴이라는 조직화된 표면이 도출되기 때문이다. 이러한 이분법적 사고에 의해 얼굴과 두뇌를 포함한 머리는 높은 물질로, 이외의 부위는 낮은 물질로 인식되어왔다.¹⁴⁾ 오브젝트 개념을 처음 도입한 사상가 Georges Bataille의 ‘비정형(inform)’ 개념은 이러한 인식의 전복 가능성을 제시하고 사유의 특징은 가치의 ‘전복’이라 할 수 있는데, 이는 기존 질서를 극단적으로 파괴하여 모든 물질과 형태가 가진 존재론적 위상을 저급하게 만들고 이성적인 권위를 끌어내리는 것이다.

그로테스크 이미지의 전도는 정상적인 상태에서의 사물 간 관계, 예를 들어 위치, 크기, 방향, 명암, 색상 등을 일정 조건 하에 뒤바꾸는 것으로, 이미지 형식에 비정상적이고 기괴한 희극적 효과와 해학적 요소를 부여한다.

3-3. 그로테스크의 디자인 적용사례

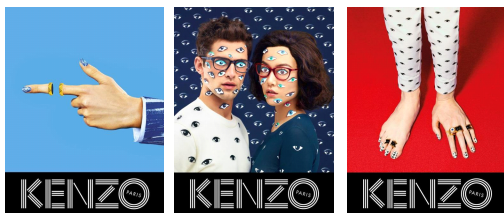
13) 김범수, ‘현대미술에서 신체변형을 통한 타자성 연구’, 홍익대학교 박사학위논문, 2017, p105.

14) 몸문화연구소, [간의 몸, 몸의 공간], 쿠북, 2017, pp.54~56.

비주얼 시대가 도래함에 따라 그래픽디자인은 전례 없이 광범위한 표현 공간을 확보하게 되었으며, 그로테스크는 일종의 미학적 이데올로기로써 시대정신의 구현이다. 그로테스크적 사고는 강한 흡입력을 지니고 있으며 그 디자인 이미지는 사회의 미학적 가치, 트렌드와 취향, 생활수준을 모두 직접적으로 반영하고 있다. 최근 몇 년간 각종 업계의 제품 광고에 그로테스크 이미지가 자주 등장하고 있으며, 공포스러움, 익살스러움, 우스꽝스러움 등 그로테스크의 속성은 전달하고자 하는 메시지와 그 목적을 극도로 예리하게 표현함으로써 보는 이의 시선을 사로잡는다. 마치 바늘 끝으로 영혼을 찌르듯 충격적이며 디자인화면은 현실과 환상, 정의와 사악함이 공존하고, 소외된 상태의 개성적인 이미지를 통해 대중이 디자이너가 표현하고자 하는 문화 및 정신, 미학적 사상, 철학적 사유를 깨닫게 한다.

예를 들어, KENZO는 독특한 디자인으로 대중의 마음을 사로잡았는데, 의상의 일러스트에 그로테스크 이미지를 활용했을 뿐만 아니라, 상업광고에 표현된 그래픽디자인 또한 브랜드 스타일과 일관성을 유지시켰다.

KENZO의 광고는 전통적인 의미의 디자인 양식을 벗어난다. 예를 들어, <그림 3-1>¹⁵⁾는 절단 기법을 사용했는데, 손가락 마디를 잘라 총과 총알 모양을 연상케 하는 장면을 연출했으며 신체에서도 가장 익숙한 부분인 손을 잘라 시각적으로 은유적인 효과를 주었다.



[그림 3] KENZO FW13 campaign advertise

<그림 3-2>는 KENZO의 가장 대표적인 디자인 중 하나인 눈 이미지로 화면 전체를 채우고 모델의 눈을 비롯하여 얼굴과 몸에 모두 동일한 이미지를 채워 넣었다. 이를 통해, 한편으로는 공포감을 느끼게 하는 시각적 충격을 주면서 다른 한편으로는 KENZO의 대표적인 이미지를 더 강하게 각인시킨다.

<그림 3-3>은 전도 기법을 활용한 예로, 객관적으로 인지되는 인체의 팔, 손, 다리, 발의 정상적인 위치

를 뒤바꾸고 KENZO의 대표적인 이미지를 추가하여 기이하고 괴상한 형태를 만들어냈다. KENZO는 색채 활용에 있어 주로 동양적인 아름다움과 신비로움을 자아내는 색채를 즐겨 씀으로써 서로 다른 여러 민족의 특징을 하나로 융합한다. 디자이너는 사계절을 모두 여름으로 상상하여 다양한 색상 변화를 통해 따뜻한 느낌을 주는 알록달록한 색의 조합을 구성함으로써 더욱 강렬한 효과를 준다. 오늘날 대중과 소비자는 주류와는 다른 차별화된 것을 점점 더 선호하고 있다. KENZO의 광고가 과거에 접했던 트렌디한 광고와 완전히 다른 것도 바로 이러한 점을 잘 보여주는 사례라고 할 수 있으며, KENZO는 그로테스크적 광고 덕분에 더 큰 브랜드 영향력을 갖게 되었다.

상업광고 외에 영화나 연극 포스터에서도 그로테스크 이미지가 쓰인 디자인을 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 일례로, 프랑스 디자이너 Michal Batory가 창작한 파리 Chaillot 국립극장 포스터를 보면 바로 앞에서 언급했던 그로테스크 이미지의 병합 기법을 사용했음을 알 수 있다.



[그림 4] Chaillot National Theater poster

<그림 4-1>¹⁶⁾은 굳게 모아진 두 손과 입을 벌려 소리를 지르고 있는 얼굴을 절반씩 조합하여 황당하고 기괴한 이미지를 만든 다음, 텍스트를 입에서 흘러나오는 소리처럼 배열하여 이미지와의 절묘한 조합을 통해 ‘소리 없는 외침’이라는 연극의 주제를 암시한다. 이러한 고통스러운 외침을 표현한 그로테스크 이미지는 극도의 불안감과 초조함, 떨림을 느끼게 한다. <그림 4-2>는 사람의 손이 펼쳐져 있고, 각 손가락 끝에 불에 타 녹아 흐르는 빨간 양초를 디자인했는데, 손가락의 기본 형태를 유지한 상태에서 손가락 끝은 양초 이미지로 대체한 것이다. 일반적으로 훌륭한 치환 효과를 주기 위해서는 대체하는 물체의 형태와 대체되는 대상

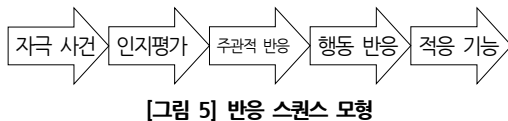
15) [http://blog.naver.com\(2021.01.08\)](http://blog.naver.com(2021.01.08))

16) [http://www.michalbatory.com\(2021.01.08\)](http://www.michalbatory.com(2021.01.08))

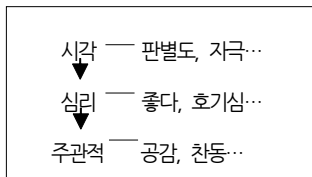
간 형태상으로는 유사하면서도 의미상으로는 차이가 있어야 하는데, 작가는 손가락과 양초라는 두 물체의 형태상 유사점과 개념상의 괴리와 차이를 동일한 구조로 구성함으로써 단순한 소재로 풍부한 의미를 표현하였다. 손가락 끝에서 타오르는 빨간 양초의 촛농이 아래로 흘러내리는 모습은 마치 새빨간 피를 연상시켜 시각적 충격을 주며 흡사 고통스러운 형벌을 참아내고 있는 듯한 모습을 떠올리게 함으로써 보는 이의 상상을 자극하고, 기괴하면서도 경악스러운 느낌을 준다.

4. 그로테스크 이미지의 인지 관계

인지(Cognition)는 지식과 경험 및 인간이 사물을 이해하는 과정을 토대로 하며 이러한 과정은 심리적 조작 및 지능 체계를 특정 방식을 통해 분석, 전환 또는 변환하는 것이다. 미국 심리학자 R. Plutchik은 인간 행동의 반응이 일련의 복잡한 시퀀스[그림 5]¹⁷⁾라고 믿고 있으며, 전체 시퀀스에는 시각적 자극, 심리적 단서, 주관적인지, 자율 신경계의 각성, 행동 충동이 포함된다.



미국 심리학자 Robert L. Solso의 책인지 심리학에서 사람들이 사물에 대해 가장 먼저 배우는 것은 시각 인지이다. 시각이 신호를 받은 후 시각 자극을 생성하고 일련의 이해와 판단 과정을 거쳐 뇌 피드백을 통해 심리적 선호도가 생성된다. 결국 주관적인 행동 의도를 만들 것이다.

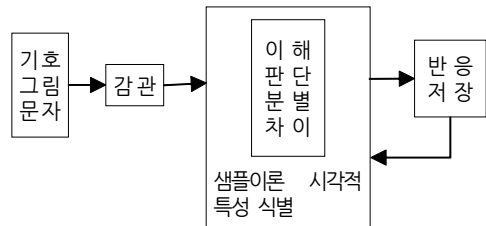


17) R.Plutchik, Emotion, [A psycho evolutionary synthesis[M]]. New York: Harper and Row, 1980년, p232.

4-1. 시각적 자극과 반응

인지심리학적 지식의 획득과 전환, 표현, 저장과 재현은 주로 지각, 주의, 도형 지각, 기억, 언어표현, 발전심리학, 사고방식 및 개념 형성, 인간지능 및 인공지능 등 심리학의 각 주요 학과의 연구방법과 이론을 활용한다. 특히 시각적 인지는 수년 전부터 이미 감각의 구조, 식별능력, 형태 및 이미지 분석 이론 분야에 포함되어 연구가 이루어지기 시작했다.

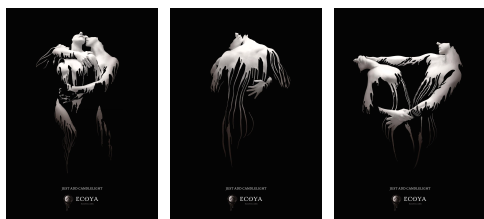
미국의 심리학자 Robert L. Solso의 저서 『인지심리학』에 제시된 시각적 인지 모형[그림 7]¹⁸⁾을 보면, 눈으로 시각 정보를 접하게 되면 그 정보는 망막을 자극하고, 시각 신경은 해당 시각 정보를 대뇌로 보내 처리함으로써 인지 행위가 일어난다. 즉, 시각적 인지는 외부의 정보를 수집 및 정리하는 일련의 분석과 판단 및 이해 작업이며 우리에게 익숙한 시각적 특성 식별, 샘플이론 등은 모두 시각적 인지의 관련된 이론으로, 사람이 정보를 접한 후 인지와 판단에 의해 일어나는 반응 과정을 설명한다.



현대사회는 이미 정보화 사회로 진입했으며 시각 체계는 이미 인류가 정보를 얻는 주요 매개체가 되었다. 색채 공간, 형상 등은 모두 시각적 인지를 일으키며 우리가 눈을 통해 받아들이는 정보는 곧바로 시지각을 통해 감각기관을 자극한다. 예를 들어, 호주의 유명 디퓨저 브랜드인 Ecoya는 그로테스크적 광고 포스터를 디자인한 적이 있는데, 해당 포스터 속에는 한 쌍의 남녀가 흑백의 세상에서 서로 뒤엉켜 감정을 표현하고 있다. 포스터 속 남자와 여자의 얼굴은 분명하지 않아 보는 이의 상상을 자극하고, 촛불을 켜야만 세상을 분명히 볼 수 있음을 암시한다. 해당 포스터는 현실 속 삶을 통한 연상을 토대로 촛불을 의인화하였으며 이를 통해 디자인하는 자신의 삶과 일상경험을 디자인에 녹여 냈다. 포스터를 처음 접하는 순간, 포스터 속 남녀

18) Robert L. Solso, 『인지심리학』, 1992, p.25.

의 불완전한 형상은 일종의 기괴함과 공포스러운 느낌을 주지만, 그보다는 제품에 대한 기억과 포스터에 대한 호기심이 더 크게 작용하며 이 포스터의 광고문구인 'Just add Candlelight'[그림 8]¹⁹⁾은 포스터의 주제를 더 명확히 말해준다. 이 포스터의 정보가 시각을 통해 감각기관으로 전달된 후, 우리는 포스터 속 형상이 한 쌍의 남자와 여자라는 정보를 분명히 알 수 있지만, 특이한 점은 그 형상이 상당히 모호하고 흑백 배경에 놓여있다는 것이다. 즉, 이 포스터에 쓰인 그로테스크 이미지는 색채, 형상, 공간의 결고 평범하지 않은 요소를 활용하고 흑백 색상을 추가하여 시각적 자극과 식별력을 높였다.



[그림 8] <Just add Candlelight>, Rob Jack, 2013

4-2. 심리 적응성

인간이 외부 자극을 받아 일으키는 반응에는 가장 기본적인 생리적 반응 외에도 그보다 더 중요한 심리적 반응이 있다. 사람은 어떠한 정보의 자극을 받게 되면 시각적 인지를 형성하게 되고 이해, 판단, 분석 및 차이 인식 후 시각적인 반응이 일어난 다음, 대뇌의 피드백을 거쳐 개인적인 심리적 선호가 생겨나는데, 이러한 심리적 선호는 디자인 양식에 대한 선호일 수도 있고, 화면의 색채 등에 대한 선호일 수도 있다.

사람은 보통 위와 같이 심리적 암시 과정을 겪게 되는데, 먼저 악몽을 꾸는 것과 같이 무섭고 혐악한 것일수록 몸과 마음에 더 큰 영향을 받는다. 그로테스크 이미지의 표현은 사람의 상상과 밀접한 관련이 있으며 그로테스크 예술을 생명화하는 단지 그것을 더 구체적이고 현실적으로 만들기 위함이다. 그로테스크 이미지의 표현방식은 다른 일반적인 예술의 표현 방식과 달리 매우 해학적이고 공포스러우며 비정상적이다. 한편, 대중은 그로테스크 이미지와 그 내용을 접했을 때, 관성적으로 기존 경험을 바탕으로 자기 자신에게 심리적 암시를 부여하기 때문에 각자 심리적으로 서로 다른

느낌을 받게 된다. 그로테스크 이미지의 흔히 볼 수 없는 낯선 속성, 기괴하고 해학적인 표현방식은 보는 이의 놀라움을 자아냄과 동시에 강한 호기심과 궁금증을 일으킨다. 특히 그로테스크 이미지의 내용이 흥축한 형식으로 표현될 경우, 보는 이로 하여금 반발 또는 배척 심리를 갖게 한다.

그로테스크의 또 다른 심리적 반응은 우스꽝스러움으로, 이는 풍자 및 해학과 관련이 있다. 미학적 경험 측면에서 봤을 때, 풍자와 해학을 통한 웃음은 그로테스크의 기괴한 형식 뒤에 숨겨진 객관적인 법칙에 대한 주체의 깨달음과 차가운 이성의 지배하에 일어나는 본능적 쾌감을 의미한다. 현대 그로테스크 작품 중 쉬리얼리즘(Surrealism)의 비(非)이성적인 기이한 형상의 배후에는 마찬가지로 아름다움과 합리성이 숨겨져 있으며 그를 통해 표현되는 내용은 대부분 한번쯤 생각해 볼 가치가 있거나 심오한 뜻을 지니고 있다. 오로지 시각적인 충격만을 추구하고 그 속에 담긴 내용에 가치가 없다면 단지 걸로만 대중의 관심을 끌 뿐 진정한 그로테스크라고 할 수 없다. 그로테스크 이미지 속 개성화된 독특하고 기이한 생각들은 사람들에게 지속적으로 무언가를 연상케 하는데, 그로테스크 작품에 표현된 질병, 고통, 욕망 또는 공포, 살육 등을 잘 살펴보면 역설적이게도 그 속에서 아름다운 것에 대한 추구하고 동경을 발견할 수 있다. 그로테스크를 처음 접했을 때의 공포감이든, 그 뒤에 이어지는 우스꽝스러움 이든, 모두 여러 단계의 심리적 반응을 거쳐 일과 삶으로부터 비롯되는 다양한 정신적 스트레스를 해소해 주고 신선하고 색다른 것을 추구하는 등 새로운 자극에 대한 심리적 수요를 충족시킨다.



[그림 9] <불평등의 균형>, 한효성, 2005

일례로, 한국의 디자이너 한효성이 그로테스크 이미지를 활용하여 디자인한 포스터 작품 <불평등의 균형>²⁰⁾은 사람의 머리와 돼지고기 몸통의 고화질 사진

19) <https://volvemosen3minutos.wordpress.com/tag/ecoya> (2021.01.08)

20) <http://www.artside.org/index.php> (2021.01.08)

을 합성하여 제작한 것으로, 매우 사실적으로 표현되었으며 사람의 머리와 돼지고기 몸통을 완벽하게 연결하였다. 이 포스터의 그로테스크적 표현방식은 보는 이를 압도하고 강한 인상을 심어주기에 충분하다. 돼지고기는 사람이 일상 속에서 자주 먹는 음식이며, 사람의 몸을 그런 돼지고기로 둔갑시킨 것은 인간이 주변 환경을 장악하고 주변 사물을 지배하며 먹이사슬의 최상위 포식자로 있음을 뜻하고 인간이 돼지고기를 과도하게 섭취하여 비만, 고혈압 등의 질병을 얻는 것은 인간에 대한 자연의 응징이라는 메시지를 담고 있다.

4-3. 주관적 인지

인간은 시각적 자극을 받으면 생리적인 반응이 일어나고 지각 처리 과정을 거쳐 심리적 경험을 하게 된다. 다음에 주관적인 행위 의도가 발생한다. 미국의 심리학자 R. Plutchik에 따르면, 인간의 행위 반응은 일련의 복잡한 과정이며 시각적 자극, 심리적 암시, 주관적 인지, 자율신경계 반응, 행위의 총동 순서로 이루어진다.

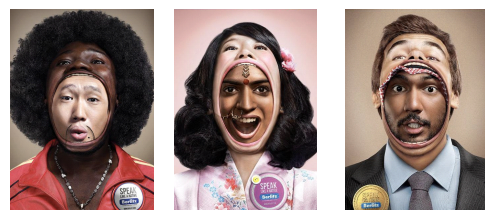
그로테스크적 현실은 모두 실제로 존재하는 사물 그 자체이며 사람들은 진짜처럼 느껴지는 공포스러운 대상을 접하게 되면 생존 본능과 안전에 대한 욕구로 인해 무서움을 느끼는 대상에만 주의를 기울이게 된다. 그러나 시간이 지남에 따라 공포감이 점점 열어지고 그로테스크적 현실을 다시 되돌아보면서 그 속에 담긴 해학적 메시지를 깨닫게 된다. 즉, 공포의 원인을 앎으로써 그것을 예방하고 극복할 수 있다는 것을 깨닫게 되고, 이러한 본능 하에 사람들은 그로테스크 이미지를 보며 주관적인 쾌감을 느끼게 된다. 그래픽디자인에서 그로테스크 이미지를 활용하는 것은 디자인에 유머와 해학, 즐거움을 더하여 보는 이에게 더 강한 인상을 남기고 브랜드에 대한 소비자의 충성도를 높인다. 즉, 과장된 조형과 일부 그로테스크적 이미지의 활용은 구매자에게 거부감을 일으키기보다는 오히려 브랜드나 제품에 대한 충성도를 갖게 한다.

즉, 그로테스크 이미지는 대중에게 점점 더 많이 노출되고 이는 기괴하고 자극적이며 비정상적이고 해학적 이면서도 약간의 공포감을 주는 속성과 큰 관련이 있으며 어떤 측면에서 본다면 소비자의 시각적 경험과 심리적 마지노선에 대한 일종의 도전이라고도 할 수 있다.

2013년 칸 광고제에서 옥외광고부문 금상을 수상한 외국어교육센터 Berlitz의 광고디자인을 예로 들면, 디자인하는 해당 광고 작품명을 'AFROCHINA, INDIAP, ARABM-ERICAN'

P, ARABM-ERICAN'[그림 10]²¹⁾라고 지었는데, 문자상 의미는 '아프리카의 중국인, 일본의 인도인, 사우디아라비아의 미국인'이다. 이 광고의 슬로건은 'Speak like a native'로, 외국어교육센터인 Berlitz의 성격과 광고목적에 매우 부합한다.

출품된 광고 작품 3건은 모두 과장과 해학 기법을 사용하였는데, 첫 번째 작품은 폭탄 머리 헤어스타일의 흑인이 입을 크게 벌리고 있고, 그 입안에 아시아 남자의 얼굴을 넣어 아프리카 흑인이 Berlitz의 외국어 교육을 통해 유창한 중국어를 할 수 있게 되었다는 메시지를 표현했다. 두 번째 작품은 일본 전통 기모노를 입고 있는 여자가 입을 크게 벌리고 있고, 그 안에 마찬가지로 입을 크게 벌리고 있는 인도 여자의 얼굴을 넣어 일본인이 Berlitz의 외국어 교육을 받고 자연스러운 인도어를 할 수 있게 되었음을 표현하고 있다. 세 번째 작품은 전형적인 미국 남자가 입을 벌리고 있고, 그 안에 사우디아라비아 사람의 얼굴을 넣어 미국인이 Berlitz를 통해 쉽게 아랍어를 배울 수 있음을 나타냈다. 해당 광고 시리즈는 과장과 변형 기법을 사용하여 자주 접하는 사물을 치환 및 조합함으로써 강한 시각적 충격과 압도감을 주는 효과를 연출하였으며 이러한 이미지는 보는 이에게 처음에는 약간의 공포스러움과 이질적이고 이해하기 어려운 느낌을 주지만, 작품이 표현하고자 주제를 알고 나면 그 속에 담긴 해학과 유머를 깨닫게 되고 나아가 공감을 하게 된다. 소비자는 제품 광고로부터의 시각적 자극을 받은 후 생리적 반응을 하게 되고, 지각 처리 과정을 거쳐 심리적 경험을 한 후 주관적인 행위의 의도를 갖게 된다. Berlitz의 광고는 그로테스크 이미지의 특징을 활용하여 소비자에게 깊은 인상을 주었으며 소비자의 주관적인 의도는 곧 소비자의 구매 행위 여부를 결정한다.



[그림 10] <AFROCHINA, INDIAP, ARABM-ERICAN>

21) [https://blog.naver.com\(2021.01.08\)](https://blog.naver.com(2021.01.08))

5. 결론

일반적으로 많은 이들은 그로테스크 예술에 대해 편견을 가지고 있으며 접근에 매우 신중한 태도를 보이고 심지어 배척하기도 한다. 그러나 그로테스크 예술을 가까이 수용하는 사람들은 주로 디자이너 또는 일상에서 비교적 다른 관점을 지닌 사람들로, 그들 대다수는 그로테스크 예술을 단지 일종의 표현 형식이자 다른 유형의 아름다움 또는 심리적 정서의 해방, 텍스트나 이미지를 매개체로 하여 일상생활 속에 분포해 있는 존재로 여긴다. 문명이 발전함에 따라 디자이너는 예리한 판단과 관찰, 풍부한 지식과 경험, 진실된 감정, 정교한 기법 등을 토대로 대중이 일상에서 익숙하게 느끼는 형태를 해체, 분리, 재구성, 변형하여 새로운 형태를 창조해낸다. 이러한 새로운 형태는 초현실적이거나, 보기에 흉측하거나 낯설지만, 작품에 담긴 심리 또는 사회적 메시지를 통해 인간을 통찰하고 보는 이를 압도한다. 그로테스크 이미지가 대중에게 주는 충격은 대중의 의식을 환기시키거나, 대중의 정서를 승화하거나, 대중의 영혼을 정화하는 등 대중의 공감을 불러일으킨다. 그로테스크가 일종의 예술 형태로서 지니는 가장 뚜렷한 특징은 보는 이의 정서에 파동을 일으키는 강한 시각적 감화력이며 미학적 형태 및 법칙의 측면에서는 기괴함과 해학적 요소가 그로테스크 예술을 대표하는 가장 일반적인 특징이라고 할 수 있다.

그로테스크 이미지의 표현방식은 우리에게 익숙한 사회적 경험이나 생활 방식과 모순된다. 그러나 그로테스크 이미지가 아무리 이질적이라고 해도 우리는 그 속에서 현실적 삶의 모습을 엿볼 수 있다. 그로테스크 이미지는 현실적 삶을 간접적으로 반영하고 있으며 오히려 ‘진짜’ 현실을 우리에게 보여준다. 그렇기 때문에 객관성은 그로테스크 이미지의 기본적인 속성 중 하나이기도 하다. 그로테스크적 디자인 작품을 감상할 때, 감상자는 공포와 무서움, 해학과 웃음을 함께 느끼는 것과 동시에 그것이 단지 환상적인 표상에 불과하며 진실된 실체가 아님을 깨닫게 된다. 그로테스크 예술이 대중의 심리와 정서에 일종의 파동을 일으키고, 이러한 파동은 처음에는 주로 공포 또는 혐오스러움 등 객관적인 반응이며 이러한 반응은 훨씬 더 맹렬하거나 잔혹하게 다가온다. 사람들은 일상에서 실제로 무서운 사물을 보았을 때, 순간 그 공포를 초래하는 현상 자체에 집중하기 때문에 그 안에 들어 있는 해학을 느낄 여유가 없다. 그렇기 때문에 시각적 유도를 위하여 그로테스크 이미지는 노골적인 표현이라는 특성을 통해 전통적이고 윤리에 맞는 미풍양속을 깨뜨림과 동시에 전통

적인 도덕적 관념의 기준에서 벗어난다. 심지어 본능적으로 후련함을 주는 것에 심취하여 대상의 기능과 무관한 디자인 표현 수단을 남용하기도 한다.

그러나 그로테스크 이미지는 일종의 ‘추함’이자 ‘해학’의 미이기도 하다. 그로테스크 예술에 대한 ‘감상’은 하나의 과정이며 무엇보다 그로테스크 이미지가 발전하는 경험으로, 사람들의 미적 시각의 확장 및 개척이라고도 할 수 있다. 이러한 확장과 개척은 주로 그로테스크 이미지 내의 ‘추함’을 감상하는 데에서 구현되며 다양한 가치를 창조한다. 그로테스크 이미지의 심미성은 아름다움의 한계를 극복하게 한다. 심미적 활동은 본래 어떠한 이익을 추구하거나 어떠한 목적이나 계획을 달성하기 위한 것이 아닌 순수하고 자유로운 활동이다. 그로테스크 이미지의 활용은 대중이 그것에 대해 사고하게 만들고, 이는 대중의 미에 관한 사고를 확장시키고 풍부하게 만든다. 이와 동시에 그로테스크적 이미지의 독창성, 주의를 끄는 힘은 사회와 인생에 대한 사람들의 인식과 이해를 강화함으로써 차별화된 표현 방법을 구현하며 이러한 이유에서 그로테스크 이미지의 활용은 심미적으로 중요한 의미와 가치를 지닌다고 할 수 있다.

참고문헌

1. 김경란, [프랑스 상징주의], 연세대출판부, 1995.
2. 김종갑, [그로테스크의 몸], 김종갑, 김주현, 김석(공저), 서울: 건국대학교 출판부, 2010.
3. 김혜련, 그로테스크의 시각성과 존재론적 함의, 가톨릭 철학, 한국 가톨릭철학회, 2009, 제12호.
4. 김남진, ‘현대미술에 나타난 그로테스크 이미지 연구-상징주의, 초현실주의, 포스트모더니즘을 중심으로’, 경성대학교 석사학위논문, 2018.
5. 김세인, ‘1990년대 이후 그로테스크 신체 표현의 양상 연구’, 전남대학교 석사학위논문, 2020.
6. 김지혜, ‘현대미술에서 나타난 신체표현 연구: 신체미술과 비천함(abjection)에 관한 연구’, 이화여자대학교 석사학위논문, 2001.
7. 몸문화연구소, [공간의 몸, 몸의 공간], 쿠퍼, 2017.
8. 전영운, 류신, 그로테스크의 형식, 내용, 수용,

- 인문학연구, 2001, 제31집.
9. 정웅, '게임 컨셉 일러스트레이션에 표현된 그로테스크(Grotesque) 이미지에 관한 연구', 순천대학교 석사학위논문, 2012.
10. 필립 톰슨, [그로테스크], 김영무(역), 서울: 서울대학교 출판부, 1986.
11. 한림미술관-이화여자대학교 기호학연구소, [몸과 미술: 새로운 미술사의 시각], 이화여자대학교출판문화원, 1999.
12. Robert L. Solso, [인지심리학], 1992.
13. <https://terms.naver.com>