

# 미술과 디자인사에 나타난 시각적 유머에 관한 연구

A Study on the Visual Humor in the Art and Design History

청주대학교 예술대학 산업디자인학과 조교수 박영원

Prof. Park Young Won Dept. of Industrial Design, Chong Ju University 중심어 : Visual Humor

## 1. 서론

커뮤니케이션에 있어서 설득력과 거부감의 최소화를 위한 수단개념으로서의 유머활용은 매우 중요하다. 본 연구에서는 웃음의 심리와 함께 유머의 본질적인 문제와 인간의 커뮤니케이션 행위의 증거가 발견되어진 이후로, 고대 그리스 로마문명, 중세의 문화 그리고 르네상스를 지나 근대와 현대의 모더니즘 및 포스트 모더니즘을 거치면서 나타나는 여러가지 유머의 유형을 관련 문헌을 통하여 살펴 보고, 시각적으로 적용된 유머의 사례와 대표적인 작가를 고찰한다.

본래 작가의 의도가 유머성이 아닌 경우도 있으나, 시각적 유머 창출에 모티브를 제공하는 경우도 그 대상으로 하여, 커뮤니케이션의 수단과 디자인 아이디어 개발을 위한 요소로서의 시각적 유머의 가능성을 알아 보고자 한다.

## 2. 유머와 웃음

웃음이 유발되는 경험의 범위는 육체적인 간질임에서부터 다양한 유형의 정신적인 감흥에 이르기까지 매우 다양하다. 그러나 이러한 다양함속에 통일성은 있을 것이고 유머의 논리와 문법을 반영하는 공통요소는 있다. 매우 평범한 현상이 설명하기가 오히려 어렵다는 것처럼 유머나 웃음도 이같은 현상의 하나가 된다.

Henry Bergson이 말했던 바와 같이 '순간적인 양심의 마취제처럼' 유머는 약간의 악의( malice )를 가지고 있다. 즉 웃음으로 터뜨려지는 감정에는 공세적 요소를 포함한다는 것이다. Freud는 유머를 '긴장'과 '긴장의 해소'에 중점을 두어 논하였다. Herbert Spencer는 쾌감 또는 기쁨이 웃음으로 되는 것을 잉여에너지라는 학설로 설명하였다.

웃음을 일으키는 메카니즘은 첫째, 심리적 긴장으로 부터 해방, 둘째, 우월감의 만족인데,우월감의 적극적인 만족에서 나오는 웃음이 있는가하면, 자신보다 우위에 있는 어떤 절대적인 상대를 웃음의 대상으로 삼아, 직접적인 공격을 피하고 간접적으로 정신적 즐거움을 얻는 경우도 있다.세째로,자기방어의 요소인데, 웃음의 본질중에는 천성적으로 자기방어적인 요소가 깃들여 있다.

## 3. 유머의 유형과 시각적 유머

유머를 그 성격이나 내용으로 또는 기법이나 방법적인 면을 기준으로 여러가지 측면에서 분류해 볼수 있는데 여러유형들 간에 뚜렷한 구분이 가능한 것은 아니다. 유머의 유형은 먼저 특이한 상황에서 발생하는 경우가 있고 또는 언어로서 의도되어 지는 경우가 있겠다. 그리고 그 언어적 유머를 언어기법적인 방법을 시각적으로도 응용하여 시각적 유머를 발생시킬 수 있을 것이다. 상황의 유머 (The Humor of Situation)는 크게 두가지 경우에 나타나진다. 예기치 못했던 해프닝의 유머(The Humor of unexpected happening)와 부조화의 유머 (The Humor of incongruity)이다. 유머 자체가 지리적, 시대상황적, 지적, 경제적, 사회적, 문화적차이에 따른 미묘한 개념인데, 표현내용별로는 유포, 풍자, 아이러니, 패러디와 버레스크 그리고 기타 소극의 요소로 나눌수 있다. 이것의 시각적 적용은 그 방법에 따라 개념차이를 더욱 모호하게 할 수도 있고 명쾌하게 할 수도 있을 것이다.

유머의 언어사용의 방법적인 면을 통해 시각적으로도 유용 가능한데, 펀(Pun)의 요소, 과장(Hyperbole), 반복 (Repetition), 비교및 비유 (Comparison& Contrast)중 펀 (Pun)의 요소가 가장 효율적인 시각적인 적용의 방법을 보여 준다.

## 4. 시각적 유머의 기원

초기의 유머효과는 유포와 풍자의 요소를 많이 포함되는데 인간의 어리석은 면들을 나타내기 위해 변절한 사회비평가들이 사용한 상징적 처리의 의인화된 동물들이 나와 있는 고대 양피지 그림들에 까지 거슬러 올라 갈 수 있다. 그러나 디자인 유머라고 부르는 최초의 것은 초기 기독교도의 그림 장식된 원문들, 기도서, 그리고 8세기경의 시편에서 그 기원을 찾을 수 있다. 9세기 전체에 걸쳐 용과 뱀의 문양은 서적의 원문에서 자주 발견되는데, 원문속을 미끄러져 다니도록 되어 있고, 때로는 읽을 수 없는 구조로 본문과 섞어 비늘,꼬리, 덩굴손등이 얽혀 있었다. 그리고 나일기념비에 발견된 그림본의 이집트 상형문자는 그림과 소리 모두 완전히 최초로 해독된 언어인데, 같은 음으로 읽히지만 의미가 다른 동음이의어를 구분하는 것을 볼 수 있다. 이것은 pun을 내포한 것이다.

## 5.중세의 근대의 시각적 유머

14세기에는 그래픽 유머가 완전히 사라진 것은 아니지만 잠시동안 제약을 받았다. 14세기의 로마네스크및 고딕 건축 양식은 당대의 문자디자인과 흡사했다. 전자가 유기적으로 과도한 장식과 기능을 결합시켰다면, 후자는 순수하게 형식적 역할 또는 미학적 역할과 더불어 최소의 장식을 특징으로 했다. 그러나 그 양자와 더불어 건축적 장식에서 발견되는 그런 종류의 시각적 유머는 종종 문자가운데도 반복되었다. 이탈리아 르네상스의 출현으로 중세적 성격은 쇠퇴해가고 인간의 커뮤니케이션에 있어 표현의 자유가 나타나기 시작했다. 15세기 유럽에서 그래픽 아트의 출현은 예술가들로 하여금 종교화의 전통에서 벗어나게 하였다. 종교적인 상징주의와 신화적인 것, 역설적인 것 (paradox) 그리고 비법적인 (esoteric)환상이 예술가들이 고상한 형태로 고상한 내용을 그릴때 르네상스적 유포를 표현하게 된다.

중세의 화가중 유머의 시각적 적용에 가장 중요한 요소인 Visual Pun 효과를 가장 잘 보여준것은 1591년에 완성된 Arcimboldo의 작품인 'The Nymph Flora'는 Arcimboldo의 상상력과 유포를 유감없이 보여준다. 그러나 이 시기의 시각적 유머는 대중적인 정기간행물보다는 특이한 매체인 아동용 알파벳 독본에서 발견된다. 그리고 이 시대의 표현적, 풍자적 그래픽 아트의 가장 중요한 출구는 프랑스의 신문들이었다. 집권군주에 대한 비판이나 풍자가 법령으로 미술가의 손으로 그려지는 것을 금지하였으므로, 그림으로 된 시 (Figured verse)의 형태로 표현되었다.

## 6. 모더니즘과 현대의 시각적 유머

20세기가 되면서 회화,조각,건축등에 시각 유포적 요소가 현저하게 나타나기 시작한다. 19세기 후반 산업혁명은 사회적, 경제적 변화를 일으켰는데 이것은 예술가들이 변화와 새로운 발견이 계속되는 세계에서 자기자신들의 작업의 역

할이나 기능에 대해 다시 생각해 보는 계기가 되었다. 1905년 Henri Matisse, 야수파, 표현주의의 Max Beckmann, 입체주의의 Pablo Picasso 등의 작품과 Vasily Kandinsky와 이태리의 '미래주의의 독창성에서도 유머의 유형을 발견할 수 있다. DaDa와 Picasso의 끌라쥬기법, 이탈리아 미래파의 선구자 Marinetti 등이 주목된다. 1920년대 초부터 1930년대 중반까지 모더니즘과 동시에 발생한 대중적인 상업미술의 지배적인 양식인 모더니즘형 스타일(Moderne Style)은 그러한 시대에 뒤진 스타일을 적극 받아 들였다. 모더니즘형 디자인은 대중문화에서 그 영감을 끌어 내었고 대중시장을 겨냥한 것이었으므로 어떤 면에서는 훨씬 더 익살스러워야 했다.

이탈리아 미술가 Leonetto Cappiello의 포스터들과 Jean Carlu, Karl Schupig 등이 좋은 사례가 된다. Max Ernst의 콜라주는 1924년에 Man Ray가 기발한 pun 효과의 'Violond'Ingres'를 창조하는데 영향을 주었을 것이다. 같은 해의 Constantin Brancusi의 'Torso of a Young Man'도 역시 visual pun의 효과로 후에 시각적 유머 창조에 좋은 본보기가 된다. 특히 벨기에의 초현실주의 화가인 Ren'e Magritte에 의해서 이미지의 유희적 요소나 visual pun의 뛰어난 효과가 개발된다. Alexander Calder는 1931년에 'Mobile'이라는 이름으로 철선이나 알루미늄등을 함께 모아 작품을 만들어, 그 움직임의 자유등을 창조해낸 재능있는 기질이 다른 예술가들에게 창조동기를 부여하였다. Henri Matisse는 잘라낸 모양(cut out shape)의 작품을 시작하였고, Paul Klee는 선에서부터 칼라로 작업하는 그의 독특한 방식을 계속하였다. John Hartfield는 여러 이미지들을 섞어 포토몽타주를 창조하였다. Paul Rand, Bradbury Thompson 그리고 Raymond Savignac 등이 수십년에 걸쳐 visual pun을 창조해 온 대표적인 디자이너들이다. 1950년대 중반에 미국의 매스미디어 영향으로 새로운 예술 운동인 'Pop Art'가 나타난다. 미국의 사회 불안의 와중에 Pop Art가 등장하는데, 대중들은 모든 형태의 인쇄 매체에 흥분 빠져들게 된다. 특히 광고, 사진, 일러스트레이션과 만화 등이 대표적인 매체이다.

Roy Lichtenstein은 comic strip의 형식을 빌려 유머가 있는 작품을 보여 주었고 Jasper Johns는 일상의 대상을 특별한 기념비적 요소로 볼 수 있는 복합적 의미를 보여 주었다. Bauhaus 이후의 스위스 그래픽 디자인은 사업화된 세계의 많은 디자이너에게 영향을 주었다. 특히 다국적 기업들이 디자인 시스템에 영향을 주었다. 하지만 미국에서는, 차갑고 유머가 없는 것으로 인식되는 이성주의적 흐름에 소규모적인 반항이 자라고 있었는데, 일러스트레이터인 Seymour Chwast, Milton Graser, Reynold Ruffins, Edward Sorel 등이 1954년에 창설한 Push Pin Studio는 일러스트레이션을 디자인 프로세스 안에서 복귀시킴으로써 유명해진 새로운 미국식 절충주의의 원조인 매우 유머러스한 시각적인 언어를 개발하였다.

미국의 진보적인 디자인의 대표적인 인물인 Paul Rand는 카피주의의 광고가 아니라 재미있는 시각적 해결에 중점을 둬서 1930년대 말기에 광고계의 주목을 받기 시작하였다. 그밖에 윗트가 넘치는 레이아웃을 보여 준 타이포 그래픽 분야의 거장 Bradbury Thompson이라든가, 활자에 코믹하게 여러가지 목소리를 준 Herb Lubalin과 이 기간에 멋진 윗트가 넘치는 광고를 쓰고 디자인한 CBS의 디자인 디렉터인 Lou Dorfsman 등이 유명하다.

**7. 포스트 모더니즘의 시각적 유머**

다양성이 중시되며 절충주의와 혼성양식이 유행하며, 장식과 꾸밈이 다시 수용된다. 건축과 문학에서 포스트 모더니즘은 이전 기원을 발견하기 위하여 특정작품을 해체하는 분석적인 과정이다. 그러나 그래픽 디자인에서 이 용어는

단지 현 시대에 광범위한 디자인 적용을 편의상 한 부류로 모아놓은 것뿐일 수도 있다. 1970년대의 Punk와 같은 출판물에 있어서의 유머는 과격했지만, 펑크는 곧 뉴 웨이브(New Wave)등으로 대치되어 주류속으로 사라져 간다.기분을 풀어 주는 컬러, 과다한 기하학적인 주의를 끄는 기호와 장식들, 그리고 종종 과거의 상업용 미술 매뉴얼에서 빌려온 유머러스한 이미지등으로 구성되어 있었다. 몇십년전 모더니즘 디자이너들이 상업적인 목적으로 입체파의 여러 국면을 이용했거처럼 뉴웨이브 디자이너들은 광고작업에 펑크를 이용했다.1980년대까지도 바우하우스를 중심으로 하는 모더니즘 디자인의 특성은 존재하였고 이 토대위에 다원주의적 경향이 생긴다. 1981년 멤피스 디자인그룹을 중심으로 이태리 디자인의 부흥과 회복을 성취하였고, 상업주의적 모더니즘을 거부하고 일상 생활제품에 장식성과 표현성을 추구하였는데 유머러스한 느낌의 제품을 많이 생산하였다.

포스트모더니즘 시기에는 과거의 그 어느때보다도 다양한 유형의 유머가 발견된다. 유머러스하게 사물을 왜곡한다든지 병치의 기법 또는 Andy Warhol의 작품에서 보여지는 것처럼 반복하여 유머효과를 내기도 하였다. 또는 일상에서 느끼는 스케일과 달리 확대 축소하기도하며, 독특한 형태로 변형한 작품도 많이 있다. 포스트모더니즘의 한 경향인 패러디 기법도 많이 활용된다. 그리고 노스텔지어적 윗트가 있다. 즉 모두 잃어버린 어떤 것 떠나온 곳 또는 간단히 경험하고 좋게 기억되는 것에 향수를 가지게 되는데, 완전한 개인적인 추억이라기 보다는, 객관적이고 이상적인 과거의 일들을 회상하여 모두가 이해할 수 있는 유머로 발전시킨다. 또한 많은 버내쿨러(vernacular)유머가 보여진다. '이상한 나라의 엘리스'에서의 타이포그래피나 Apollinaire가 Calligrammes을 고안했을 때처럼, Paul Rand 는 활자를 Rap Typography라고 지칭하여, 문자적이고 랩음악에서 볼 수 있는 싱크레이션(syncopation), 리듬,운율등을 암시하며 새로운 표현을 창조해 나갔다.

**8.결론**

포스트모더니즘 시기의 다원주의적 요소, 장식취향, 소재의 다양화, 목고주의 경향, 패러디등의 특징과 함께 유머의 요소가 효과적인 커뮤니케이션과 차별화와 개성화의 수단으로 널리 적용되었다.

미술사에 나타난 회화적인 유머가 전부 디자인 유머로 전환될 수 있는 것은 아니지만, 일러스트레이션이라든가 광고 커뮤니케이션에 적용할 수 있는 많은 개념적 요소를 발견할 수 있었다.또한 산업의 발달과 함께 한 디자인사적 변화와 함께 시각적 유머의 활용방법및 분야가 다양해 지고 그 중요성도 인식되었다. 많은 디자이너들이 강조하였듯이 디자인과 장난본능을 연결시켜 디자인 교육시기부터 호기심을 불러 일으키고 창조성을 자극하는 요소로서 유머의 개념을 숙지할 필요가 있다. 또한 시각적 유머는 목적으로 사용되어질 경우도 있으나 커뮤니케이션을 강화하고 설득의 분위기를 만들어 내는 수단 개념으로 적용될 수도 있으며, 시각적 유머의 창조 과정을 통하여 아이디어 개발의 중요한 동기로도 가능하다. 그러나 유머의 무작위성은 자칫 커뮤니케이션의 본질에 혼돈을 가져올수 있고 창조성의 중요한 부분을 오도할수 있으므로, 시각적 유머의 활용은 계획이 정확하고 목적이 뚜렷하여야 한다. 앞으로 시각적 유머의 시대 상황에 따른 유형별 분석이 가능하며, 시각적 유머의 제품별 매체별 적용 가능성을 검증해 볼 필요가 있고, 아이디어 개발을 위한 연구가 기대된다.