포스터 여백에 나타나는 시각과 상징 유형에 관한 연구

동양 포스터를 중심으로

A Study of the Visual and Symbolic Types that Appear in the Blank of Posters

Focusing on Oriental Posters

주 저 자 : 무심아 (Wu, Xin Ya) 동의대학교 산업디자인학과

교신저자 : 양재범 (Yang, Jae Bum) 동의대학교 디자인조형학과

byang@deu.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2020.4.437

접수일자 2020. 11. 26. / 심사완료일자 2020. 12. 14. / 게재확정일자 2020. 12. 24.

Abstract

This study randomly selected eight works of six designers from the works of Asian designers from 1960 to 2017 published in the International Graphic Federation and applied the visual language taxonomy of Kostelnick, C. & Roberts, D. (1998) to analyze the visual types of posters, and also used Roland Barthes's two-step model of semiotics to analyze the symbolic types of the poster.

According to the study, in the case of visual expression, in Oriental poster design, the Intra type is the natural shape (main image), and the Inter type is the margin left between the self-reliant sculpture, which represents a sense of space. The extra type is the same as the waste space in semiotics with the blank set in the background. For symbol types, Signifier and Signified are expressed as Virtue in the East, and the implication is that the designer's inner and cultural concepts are expressed.

Second, in the poster of Oriental, the Oriental Blank shows the "Emptiness" ideas of Buddhism, the "Moderation" ideas of Confucianism, and the "Inaction" ideas of Taoism. In addition, the blank of the Oriental besides the modeling function still contains the perceptual function. Moreover, the blank can represent the ideological theme of the work of art. Third, in the formative function of Oriental Posters, the Blank can draw attention. Blank and modeling combined to produce the effect of unfinished. Also, due to the plane features in the picture, blank and shape can be used together as modeling elements.

Keyword

Blank(여백), Semiology(기호학), Poster design(포스터 디자인)

요약

본 연구는 국제그래픽연맹에 실린 1960~2017년의 동양 디자이너의 작품에서 무작위로 6명 디자이너의 8개의 작품을 선정하여 Kostelnick, C. & Roberts, D.(1998)의 시각적 언어 분류학을 적용하여 포스터의 시각적 유형을 분석하였고 또한, 롤랑 바르트의 기호학 2단계 모델을 사용하여 포스토의 상징적 유형을 분석하였다.

연구 결과, 시각적 표현의 경우 동양 포스터 디자인에서 내부(Intra) 유형은 자연적 형상(본상)을 나타났다. 사이(Inter) 유형은 주체적 조형물 사이에 남겨둔 여백이고 이는 공간감을 나타냈다. 여분(Extra) 유형은 여백을 배경으로 하고 기호학에서의 휴지 공간과 같다. 상징 유형의 경우 동양에서 기표(Signifier), 기의(Signified)는 '도(Virtue)'로 표현되고 함축의미는 디자이너의 내면과 문화 관념을 나타냈다.

둘째, 동양 포스터에서 동양 여백은 불교의 '공(空)'사상, 유교의 '중용(中庸)'사상, 도교의 '무위(無爲)'사상을 보여주고 있다. 또한, 동양의 여백은 조형 기능 외에 감성 기능도 포함되어 있다. 그리고 작품의 사상 주제를 표현할 수 있다. 셋째, 동양 포스터의 조형 기능에서 여백은 시선을 집중시킬 수 있다. 여백은 조형과 결합하여 불완전한 효과를 만들어낸다. 또한, 화면 속 평면적인 특징으로 인해 여백과 모양을 함께 조형요소로 활용할 수 있다.

목차

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

1-2. 연구의 범위 및 흐름

2. 이론적 배경

2-1. 여백의 개념
2-2. 여백의 시각적 표현 이론
2-3. 여백의 상징 이론(롤랑 바르트 기호학)

3. 포스터 디자인에서의 여백 사례분석

3-1. 연구 대상 선정
3-2. 분석 모형
3-3. 사례 분석
3-4. 분석 결과

4. 결론 및 제언

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

지금의 사람은 정보의 홍수 속에서 살고 있다고 해도 과언이 아니다. 보아야 할 것, 생각해야 할 것이 너무나 많은 현대인은 이런 정보의 과다로 인하여 보고 싶은 것만 보게 되고 일반적 많은 정보를 무시하는 경향이 있다[1]. 디자인의 측면에서도 현대인은 매일 쏟아지는 정보와 광고 등 다양한 디자인 속에 살고 있다. 수많은 매체 및 정보로부터 과잉 생산되는 디자인은 포스터 디자인 분야에서 불필요한 디자인 요소로 오히려 메시지 전달을 방해하는 역효과를 초래할 수 있다[2].

이런 맥락에서 여백의 의미와 중요성이 부각될 수 있다. 정보의 과잉공급 환경에서 여백은 공간상에서 쉼터를 제공하여 수용자에게 여유를 제공하고, 주요 메시지에 더 집중하게 하는 기능을 제공할 수 있다. 따라서 시각디자인에서 이미지의 소통을 향상하기 위하여 과잉된 불필요한 요소를 최소화해야 한다[3].

본 연구에서 여백을 잠재력이 있고 중요한 조형요소로 사료하여 동양 포스터에서 나타난 여백을 분석하고자 한다. 선행연구를 살펴보면 롤랑 바르트의 기호학을 사용하여 포스터의 상징적 의미를 분석하는 연구가 어느 정도 이루어지고 있다. 그러나 포스터에 나타난 시각과 상징적 유형을 동시에 분석하는 연구가 거의 이루어지지 않는 실정이다.

따라서 본 연구에서 동양 포스터를 연구대상으로 포스터에 나타나는 여백의 시각 및 상징적 유형을 분석하고자 한다. 본 연구의 목적은 동양 포스터 여백에 나

타나는 시각과 상징 유형을 분석함으로써 현대 비주얼커뮤니케이션과 동양 여백의 새로운 결합에 기초 자료 마련하는 것과 디자이너에게 새로운 아이디어를 제공하는 데에 있다.

1-2. 연구의 내용 및 방법

본 연구에서 공신력이 있는 국제그래픽연맹에 실린 1960~2017년의 동양 디자이너의 작품에서 무작위로 6명 디자이너의 8개의 작품을 선정하여 연구대상으로 삼았다. 본 연구의 흐름은 다음과 같다.

먼저 첫 번째 단계에서 여백의 개념과 여백의 시각 및 상징(롤랑바르트 기호학)이론을 고찰하였다. 두 번째 단계에서 포스터 여백의 시각 및 상징 유형의 분석 모형을 도출하였다. 세 번째 단계에서 선정된 8개 작품을 분석 모형에 의해 분석하여 결과 도출하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 여백의 개념

국어사전에서 '여백(餘白)'을 종이 따위에, 글씨를 쓰거나 그림을 그리고 남은 빈자리'로 정의하고 있다. 동양에서 여백은 무(無), 공(空), 허(虛)의 공간을 가리킨다[4]. 서양에서 여백은 화이트 공간(White Space)이나 네거티브 공(Negative Space)간

1) 윤일기, 인쇄광고에 있어서 여백의 효과에 관한 실험연구, 디지털디자인학연구, 2011. 7 , Vol.11, No.3, p.61.

2) 강소영, 김도식 , 시각시에 표현된 비움에 관한 연구, 디지털디자인학연구, 2013. 7 , Vol.13, No.2, p.169.

3) 강소영, 김도식, 상게서, p.168.

4) 강소영, 국내 Station ID(Identification)에 표현된 Empty Image 사례 연구, 성신여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2015, p.17.

을 가리킨다.

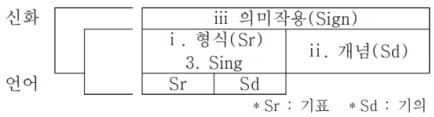
동양화의 표현에 있어 여백은 공간개념을 의미하는데 즉 그림에 있어서 그려지지 않는 비어 있는 공간을 말한다. 이때 여백은 그림에서 완성되지 못한 상태가 아니다. 그려지지 않고 비어 있는 공간이지만, 오히려 그려져서 나타나는 것보다 더 많은 함의를 담고 있다[5)6)]. 즉 여백은 단순히 남겨둔 공간이 아니라 형상을 부각시킬 수 있는 역할, 그리고 무한한 의미를 부여할 수 있는 공간이다[7)].

예술디자인 영역에서 여백은 디자이너가 의도적으로 남겨둔 빈 공간을 의미한다[8)]. 디자인에서 여백은 비어둔 공간으로서 조형적 의미도 가지고 있다.

본 연구에서 다루는 여백은 비움, 공(空), 그리고 공백(空白)과 비슷한 의미를 가지고 있다. 본 연구에서 디자이너가 조형적 측면을 고려하여 의도적으로 남긴 공간과 조형적 고려가 충실하지 못한 상태로 비의도적으로 남은 허(虛)한 공간 모두를 여백으로 본다.

2-2. 여백의 시각적 표현 이론

여백의 시각적 표현은 Kostelnick, C. & Roberts, D.(1998)의 저서인 Designing Visual Language에서 제시한 시각적 언어 분류학을 사용하였다. Kostelnick, C. & Roberts, D.(1998)은 시각구조 분석을 내부(Intra), 사이(Inter), 여분(Extra), 연속(Supra)의 4개 레벨로 구분하여 디자인 유형을 구별하고 있다.[9)] 이를 바탕으로 여백의 시각적 표현을 세부적으로 분류하면 '내부(Intra)'는 조형요소 내부의 공간을 가리키고 '사이(Inter)'는 조형요소 사이의 공간을 가리킨다. 또한, '여분(Extra)'은 넓은 여백의 공간을 의미하고 '연속(Supra)'은 책, 영상, 모바일, 웹과 같은 연속적인 여러 장의 도큐먼트에 나타난 여백을 의미한다[10)].



[그림 1] 롤랑 바르트 2단계 모델

2-3. 여백의 상징 이론(롤랑 바르트 기호학)

기호학은 기호의 본질과 기호 변화의 법칙, 그리고 기호와 사람의 관계, 기호를 통하여 의미를 생산하고 해석하여 전달하는 행위와 과정을 연구하는 학문이다.[11)] 이미지도 문자와 마찬가지로 하나의 기호적 속성을 가진다. 기호는 생성자 및 사용자 사이의 의미작용 과정을 통하여 커뮤니케이션하게 된다[12)].

소쉬르는 기호를 기표(Signifier)와 기의(Signified)로 나누어서 설명하였다[13)]. 기표는 표현되는 현실적 차원의 물리적 운반체로 해석하면 기의는 실제적인 의미와 개념의 내용으로 추상적이고 정신적인 개념이다. 롤랑 바르트는 다시 이를 2단계 모델로 발전시켰다. 롤랑 바르트 2단계 모델의 1차적 의미는 언어학에 기초하여 기호를 기표 및 기의로 분석한 소쉬르의 기호체계를 바탕으로 하였고 2차적 의미는 신화를 접목하여 사회적인 통념이나 가치, 이데올로기 등과 같은 사회적인 현실을 설명한다[14)].

---

5) 오세권, 수용자 해석 공간으로서 '여백'(餘白)에 대한 연구: 현대 한국화에서 나타나는 '여백' 표현을 중심으로, 한국기초조형학회, 기초조형학연구, 2004, Vol.5, No.4, p.16.

6) 치유미, 東洋畵에 나타난 餘白의 현대적 운용 연구: 본인작품을 중심으로, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2006, p.1.

7) 이취원, 동양회화의 여백의 의미를 근거한 미디어아트의 절제된 시간성을 표현한 작품 연구, 기초조형학연구, 2016. Vol.17, No.5, p.464.

8) 안준, 한창호, 시각커뮤니케이션 환경에서 외부여백과 형상화: 여백화 과정에 관한 연구, 커뮤니케이션디자인학연구, 2017. 7 , No.60, p.130.

9) Kostelnick, C. & Roberts, D., Designing Visual Language: Strategies for professional communicators, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, 1998, pp.85-86.

10) 강소영, Empty Image에 나타난 시각과 상징의 유형 비교 연구 : 동·서양 예술을 중심으로, 커뮤니케이션디자인학연구, 2018 , Vol.64, No.0, p.283.

11) 왕이이, 박용진, 롤랑 바르트의 기호학과 신화론에 의한 중국 무협 영화 포스터의 특징과 함의 연구: 2011-2018년 박스오피스 상위 영화제 수상작 5편을 중심으로, 기초조형학연구, 2019, Vol.20 No.4, p.283.

12) 김혜은, 롤랑 바르트의 기호학을 이용한 슬로건 패션 특성 분석: 2017년 S/S, F/W 컬렉션의 슬로건 패션을 중심으로, 한국패션디자인학회지, 2018, Vol.18, No.1, p.23.

13) 김태형, 기호학적 방법론을 통한 그래픽 디자인의 의미 분서-롤랑 바트트의 기호론, 신화론을 중심으로, 건국대학교 디자인 대학원, 석사학위논문, 2003, p.13.

14) 강소영, 김도식, 상게서, p.172.

예를 들어 바르트의 기호학을 사용하여 '개(犬)'를 분석하면 1차적 의미 차원에서 '개'라는 기표는 '개 과에 속하는 네발 달린 동물'의 사전적 기의와 결합하여 외시적 기호가 형성한다. 나아가 2단계 의미작용 단계에서 개라는 네발 달린 동물이라는 기표에 '주인에게 충성을 다하는 충직함과 맹목적인' 등 다양한 기의를 부여할 수 있다[15].

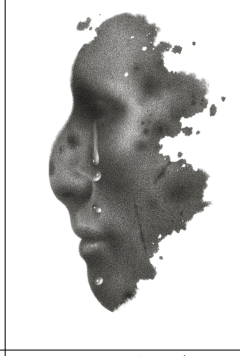
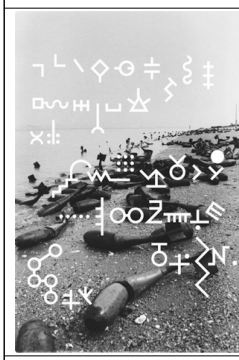
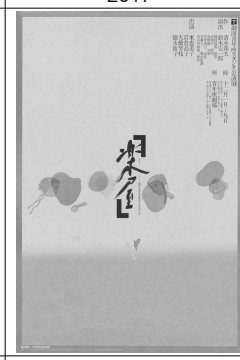
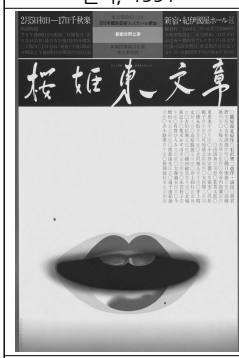
본 연구에서 기표는 여백을 표현한 조형적 기호를 나타내며 기의는 기표를 통해 전달하고자 하는 의미를 뜻한다. 2차적 의미는 1차적 의미에서 도출된 기의를 해석한 함축의미(Implication)를 말한다.

3. 포스터 디자인에서의 여백 사례분석

3-1. 연구 대상 선정

국제그래픽연맹(AGI, Alliance Graphique Internationale)는 1951년에 창립된 세계 최고의 그래픽 디자인 단체이다. 국제그래픽연맹은 세계 최고의 그래픽 디자인 단체이기 때문에 홈페이지 (http://a-g-i.org) 에 실린 작품이 공신력이 있다고 봐서 국제그래픽연맹 홈페이지에서 1960~2017년의 작품을 무작위로 6명 동양 디자이너의 8개 작품을 선정하여 연구대상으로 삼았다. 본 연구의 연구대상은 다음의 [표 1]과 같다.

[표 1] 연구대상

〈Palm print China〉,	〈Shanshui China〉,
홍위(洪卫), 중국, 2015	홍위(洪卫), 중국, 2012
	
〈Love Our Motherearth〉, 근태강(靳埭强), 중국,1997	〈non-Violence〉, 이인수(Insu Lee), 한국, 2017
	
〈Bomb.fishes〉, 안상수(Sang-soo Ahn), 한국, 1991	〈Gakuya〉, Koichi Sato, 일본, 198
	
〈Sakurahime Azuma Bunsho〉, Koichi Sato, 일본, 1976	〈International Print Biennale〉, Ryuichi Yamashiro,일본, 1960

3-2. 분석 모형

본 연구의 분석 모형은 2단계로 구분되었다. 1단계는 Kostelnick C. & Roberts D.(1998)의 시각적 언어 분류학에서 제기한 내부(Intra), 사이(Inter), 여분(Extra), 연속(Supra)의 4가지 분석 요소를 사용하여

15) Kim, J. A., & Kim, S. H., A study on the possibility of the signified extended by typography having physical properties, Journal of Korean Society of Design Science, 2009, Vol.22, No.5, p.284.

포스터에 나타나는 여백의 시각적 유형을 분석하고자 한다. 2단계 모형은 롤랑 바르트의 기호학 2단계 모델을 사용하여 포스터에 나타난 여백의 상징적 유형을 분석하고자 한다. 롤랑 바르트의 기호학 2단계 모델은 1차적 의미와 2차적 의미로 구분하는데 1차적 의미는 기표(Signifier)와 기의(Signified)로 나누어 분석하고 2차적 의미는 1차적 의미의 함축적 의미(Implication)를 해석하여 연구한다. 이에 다음의 [표 2]와 같은 여백 공통 분석 기준과 [표 3]과 같은 분 연구의 종합적인 분석 모형을 도출하였다.

[표 2] 여백 공통 분석 기준

내용	분류	요소
시각 Visual	내부 (Intra)	조형요소 내부 (Spacing Intra objects)
	사이 (Inter)	조형요소 사이 (Spacing between objects)
	여분 (Extra)	큰 여백 이미지 (Large-scale space)
	연속 (Supra)	연속되는 도큐먼트 디자인 (Large-scale design of the whole document)
상징 Symbolic	기표 (Signifier)	여백를 표현한 조형적 기호 (Sign)
	기의 (Signified)	기표를 통해 전달하는 의미 (Signification)
	함축의미 (Implication)	기의를 해석한 함축의미 (Symbol)

[표 3] 분석 모형

모형 내용		
작가 〈작품명〉		
작품 이미지		
여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	
	사이(Inter)	
	여분(Extra)	
	연속(Supra)	
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	
	기의(Signified)	
	함축의미(Implication)	

3-3. 사례 분석

사례분석에서 [표 1]에서 선정된 연구대상을 [표 3]의 분석 모형에 적용하여 시각 및 상징 유형의 분석 결과는 다음의 [표 4]~[표 11]과 같다.

[표 4] 사례 1

분석 내용		
〈Palm print China〉, 홍위(洪卫), 중국, 2015		
여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	○
	사이(Inter)	○
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	○
	기의(Signified)	○
	함축의미(Implication)	○

[표 5] 사례 2

분석 내용		
〈Shanshui China〉, 홍위(洪卫), 중국, 2012		
여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	○
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	○
	기의(Signified)	○
	함축의미(Implication)	○

[표 6] 사례 3

분석 내용

〈Love Our Motherearth〉, 근태강(靳埭强), 중국, 1997

여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	×
	기의(Signified)	×
	함축의미(Implication)	×

[표 7] 사례 4

분석 내용

〈Non-Violence〉, 이인수(Insu Lee), 한국, 2017

여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	×
	기의(Signified)	×
	함축의미(Implication)	×

[표 8] 사례 5

분석 내용

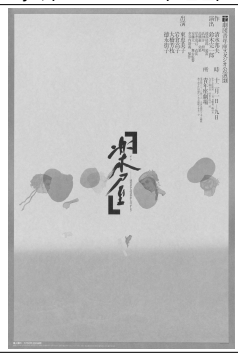
〈Bomb.fishes〉, 안상수(Sang-soo Ahn), 한국, 1991

여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	×
	기의(Signified)	×
	함축의미(Implication)	×

[표 9] 사례 6

분석 내용

〈Gakuya〉, Koichi Sato, 일본, 1983



여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	○
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	○
	기의(Signified)	×
	함축의미(Implication)	×

[표 10] 사례 7

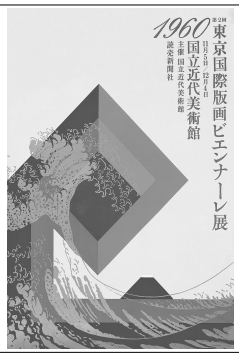
분석 내용

〈Sakurahime Azuma Bunsho〉, Koichi Sato, 일본, 1976

여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	○
	기의(Signified)	○
	함축의미(Implication)	○

[표 11] 사례 8

분석 내용
〈International Print Biennale〉, Ryuichi Yamashiro,일본, 1960



여백의 공통 분석 기준		
Visual (시각)	내부(Intra)	×
	사이(Inter)	×
	여분(Extra)	○
	연속(Supra)	×
Symbolic (상징)	기표(Signifier)	○
	기의(Signified)	○
	함축의미(Implication)	○

3-4. 분석 결과

동양 포스터 시각디자인에서 여백의 시각적 표현과 상징적 특징의 분석 결과는 다음과 같다.

먼저 시각적 유형을 분석한 결과 동양 포스터 시각적 유형의 첫 번째 특징 내부(Intra) 유형은 자연 현상을 표현하였다. [표 4]의 〈Palm print China〉와 [표 5] 〈Shanshui China〉에서 산과 물을 여백으로 표현하여 인간과 자연의 조화로운 관계를 전달하고 있다.

둘째, '사이(Inter)' 유형은 조형물 사이 간의 공간을 여백으로 처리하여 여백을 통하여 공간감을 나타냈다. [표 4]는 여백으로 화면을 여러 부분으로 나눠 산과 산 사이의 공간감을 살렸다. [표 9]의 〈Gakuya〉는 사람과 사람 간의 여백으로 화면의 공간감을 부여했다.

셋째, 여분(Extra) 유형은 비어 있는 큰 여백을 사용하여 작가의 개인적인 생각을 표현하였다. 본 연구에서 선정된 포스터는 모두 큰 면적의 여백이 사용하였다.

넷째, 선정된 8개 동양 포스터에는 연속(Supra) 유형이 없다. 이상의 분석 결과를 종합하면 다음의 [표 12]와 같다.

[표 12] 동양 포스터에 나타나는 여백 시각 유형 및 특징

분류	동양	
내부(Intra)	도형(2)	자연형상
사이(Inter)	배경(2)	공간감
여분(Extra)	배경(8)	휴지(休止)
연속(Supra)	(0)	없음

본 연구에서 내부(Intra), 사이(Inter), 여분(Extra), 연속(Supra)의 시각적 유형 분류에서 여분(Extra)으로 분류된 동양의 포스터들은 모두 상징적 의미를 함축하고 있다. 동양 포스터의 상징을 분석한 결과 첫 번째 상징 유형은 도(道)이다. 동양적 비주얼커뮤니케이션 디자인에서는 동양적 사상과 디자이너의 내면세계를 표현하기 위하여 디자인 작품에서 많은 여백을 사용하고 있다. 동양적 사상을 비워진 여백을 기표로 하여 함축적으로 동양 디자이너의 관념을 표현하였다.

[표 4]의 여백은 멀리서 보면 손바닥의 손금자국을 표현하고 가까이서 보면 강을 나타냈다. 디자이너는 이는 이를 통해 인간과 자연의 조화로운 관계를 전달하고자 한다. [표 5] 여백은 그릇에 담긴 송대의 산수화를 뜻한다. 짙은 문화적 정취와 동양적 자연 감각은 이 디자인의 특징이다. [표 9] 작품 속의 여백은 상체와 악기를 표현하고 있다. [표 10]의 여백은 사람의 얼굴을 상징한다. 화면 입술 부분만 보여주고 나머지는 관객이 자신의 심미적 감각에 따라 상상하는 것을 기다리고 있다. 또한, 일본 문화 속의 '빈' 사상도 나타냈다. [표 11]의 여백은 먼 하늘을 의미하고, 하얀 하늘 배경

은 산과 바다의 주체 조형을 부각시켜 관객들에게 소박하고 신비로운 느낌을 준다. 이상의 분석 결과는 다음의 [표 13]과 같다.

[표 13] 동양 포스터에 나타나는 여백 상징 유형 및 특징

분류	동양
기표 (Signifier)	배경
기의 (Signified)	도(道, Virtue)
함축의미(Implication)	관념

4. 결론 및 제언

본 연구에서 포스터에 나타나는 여백의 시각과 상징 유형을 분석하기 위하여 국제그래픽연맹 홈페이지에서 1960~2017년의 작품을 무작위로 6명 동양 디자이너의 8개 작품을 선정하여 Kostelnick, C. & Roberts, D.(1998)의 시각적 언어 분류학을 적용하여 포스터의 시각적 유형을 분석하였고 또한, 롤랑 바르트의 기호학 2단계 모델을 사용하여 포스토의 상징적 유형을 분석하였다. 본 연구의 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

우선 동양 커뮤니케이션 포스터에서 여백은 동양적 철학사상을 연결하는 교량적 역할을 하고 있다. 동양 디자인에서의 여백은 불교의 '공(空)'사상, 유교의 '중용(中庸)'사상, 도교의 '무위(無爲)'사상을 보여주고 있다. 동양의 여백은 조형 기능 외에 감성 기능도 포함되어 있다. 동양의 여백은 무한한 상상 공간인데 무한하게 확장할 수 있다. 또한, 작품의 사상 주제를 표현할 수 있다. 따라서 '보이지 않는 이미지'에 더욱 치중했던 동양의 여백은 2차원 화면에서 무한한 공간 감각을 나타냈다.

둘째, 동양 포스터의 조형 기능에서 여백은 시선을 집중시킬 수 있다. 여백은 조형과 결합하여 불완전한 효과를 만들어낸다. 이런 불완전은 긴장감을 주는 심리 효과가 있다. 감성적 기능에서 동양 세계는 여백을 단순한 배경이 아닌 의미 있는 공간으로 인식한다. 여백과 이미지의 상호작용을 통해 상상 속에서 공간을 무한하게 확장하여 디자인 작품의 깊이를 높인다. 허와 실이 서로 결합한 여백은 작품을 다른 의미가 있는 형이상학적으로 표현할 수 있다. 또한, 화면 속 평면적인 특징으로 인해 여백과 모양을 함께 조형요소로 활용할 수 있다.

셋째, 본 연구에서 롤랑바르트의 기호학 2단계 모델을 통해 분석 결과 동양 포스터에서 여백의 시각적 표현과 상징적 유형을 분석할 때 먼저 시각적 표현으로 동양 포스터에서 내부(Intra) 유형은 자연적 형상(본상)을 나타냈다. 사이(Inter) 유형은 주체적 조형물 사이에 남겨둔 여백이고 이는 공간감을 나타냈다. 여분(Extra) 유형은 여백을 배경으로 하고 기호학에서의 휴지 공간과 같다. 그다음 상징 유형은 동양에서 기표(Signifier), 기의(Signified)는 '도(Virtue)'로 표현되고 함축의미는 디자이너의 내면과 문화 관념을 나타낸다.

본 연구의 동양 포스터에 대한 시각 및 상징 유형의 연구 결과는 현대 비주얼커뮤니케이션과 동양 여백의 새로운 결합에 기초 자료 마련이 기여하기를 바라며 디자이너에게 새로운 아이디어를 제공하는 것도 기대한다. 그러나 본 연구에서 동양의 포스터만 다루었고 향후 연구에서 동양 포스터와 서양 포스터 비교 분석하는 것도 의의가 있다고 사료된다.

참고문헌

1. Kostelnick, C. & Roberts, D. Designing Visual Language: Strategies for professional communicators, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, 1998
2. 강소영, 김도식, 시각시에 표현된 비움에 관한 연구. 디지털디자인학연구, 2013. 7, Vol.13, No.2.
3. 강소영, Empty Image에 나타난 시각과 상징의 유형 비교 연구: 동·서양 예술을 중심으로, 커뮤니케이션디자인학연구, 2018, Vol.64, No.0.
4. 김혜은, 롤랑 바르트의 기호학을 이용한 슬로건 패션 특성 분석: 2017년 S/S, F/W 컬렉션의 슬로건 패션을 중심으로, 한국패션디자인학회지, 2018, Vol.18, No.1.
5. 안준, 한창호, 시각커뮤니케이션 환경에서 외부여백과 형상화: 여백화 과정에 관한 연구, 커뮤니케이션디자인학연구, 2017. 7, No.60.

5. 오세권, 수용자 해석 공간으로서 '여백'(餘白)에 대한 연구- 현대 한국화에서 나타나는 '여백' 표현을 중심으로, 한국기초조형학회, 2004. 5, No.4.

6. 오치규, 형태와 바탕의 대비적 효과에서 나타나는 여백연구, 한국디자인학회, 2005.05 학술발표대회 논문집.

7. 왕이이, 박용진, 롤랑 바르트의 기호학과 신화론에 의한 중국 무협 영화 포스터의 특징과 함의 연구: 2011-2018년 박스오피스 상위 영화제 수상작 5편을 중심으로, 기초조형학연구, 2019, Vol.20, No.4.

8. 윤일기, 인쇄광고에 있어서 여백의 효과에 관한 실험 연구, 디지털디자인학연구, 2011. 7, Vol.11, No.3.

9. 이취원, 동양회화의 여백의 의미를 근거한 미디어아트의 절제된 시간성을 표현한 작품 연구, 기초조형학연구, 2016, Vol.17, No.5.

10. 양문, 한·중·일 포스터 디자인에서 여백의 기능, 기초조형학연구, 2020, Vol.21, No.1.

11. Kim, J. A., & Kim, S. H., A study on the possibility of the signified extended by typography having physical properties. Journal of Korean Society of Design Science, 2009, Vol.22, No.5.

12. 강소영, 국내 Station ID(Identification)에 표현된 Empty Image 사례 연구, 성신여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.

12. 김태형, 기호학적 방법론을 통한 그래픽 디자인의 의미 분서: 롤랑 바트트의 기호론, 신화론을 중심으로, 건국대학교 디자인 대학원, 석사학위논문, 2003.

13. 치유미, 東洋畵에 나타난 餘白의 현대적 운용 연구: 본인작품을 중심으로, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2006.