

## 메म्피스 디자인에서 유희적 요소의 광고레이아웃 유형별 사례연구

A case study of gameplay elements in Memphis style on advertising layout

주 저 자 : 왕일범 (Wang, Yifan)

동의대학교 디자인조형학과 석사과정

교 신 저 자 : 양재범 (Yang, Jae Bum)

동의대학교 디자인조형학과 교수

jbyang@deu.ac.kr

---

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2022.3.132>

접수일자 2022. 8. 23. / 심사완료일자 2022. 9. 26. / 게재확정일자 2022. 9. 27.

## Abstract

In the 1980s, Italy established a design group called Memphis. Under the call of opposing functionalism, the design abandoned the tenets and values of Modernist Aesthetics, integrated into a variety of styles, including decorative art and pop art, and finally became one of the representatives of postmodern design. Conclusion Combined with the manifestation of its visual modeling, advertising typesetting design was discussed to draw the conclusion that its design has humanistic, open and reflective design thinking. In line with the current consumption development, it also meets the emotional needs of the public, promotes the better application of Memphis style gameplay element concept in advertising typesetting design, new Ideas to Promote the Development of Advertising. Open up design possibilities and new ideas.

## Keyword

멤피스 디자인(Memphis Design), 유희적 요소(Gameplay Elements), 레이아웃 디자인(layout design)

## 요약

1980년대 이탈리아에서 멤피스라는 이름의 디자인 그룹이 만들어졌다. 멤피스 디자인은 기능주의에 반대하며 모더니즘 미학의 취지와 가치관을 버리고, 장식예술인 팝아트 등을 접목해, 포스트모던 디자인의 대표주자로 자리매김했다. 분석 결과 멤피스 스타일에서 유희적 요소의 디자인 이념은 시각 조형의 구체적인 결합 표현 형식에서 찾아볼 수 있었다. 광고 속 레이아웃 디자인을 검토 연구를 진행한 결과, 멤피스 스타일 디자인 이념의 인문적이고 개방적인 반성적 디자인 사고를 도출해냈다. 사회적 소비 발전이 대중의 감정적 요구를 충족시키는 배경에 있어, 멤피스 스타일의 유희적 이념을 광고 레이아웃 디자인에서 더 효과적으로 활용 가능하도록 한다면, 더 많은 디자인 수법의 가능성을 열어주고, 예술을 생활에 접목할 수 있고 광고 디자인의 발전을 위해 더 많은 아이디어를 제공할 수 있다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

### 2. 멤피스 디자인 유희적 요소와 광고레이아웃의 이론적 배경

- 2-1. 멤피스 디자인의 발생 배경과 의미
- 2-2. 멤피스 디자인의 유희적 실험
- 2-3. 멤피스 디자인의 표현 기법
- 2-4. 광고에서 레이아웃 디자인의 중요성

### 3. 멤피스 디자인에서 유희적 요소가 광고 레이아웃에서의 유형별 사례 분석

- 3-1. 광고 레이아웃의 시각화 분석표
- 3-2. 균형(alance) 광고사례
- 3-3. 배열(lignment) 광고사례
- 3-4. 근접(Proximity) 광고사례
- 3-5. 대비(contrast) 광고사례
- 3-6. 반복(Repetition) 광고사례
- 3-7. 여백(White space) 광고사례
- 3-8. 분석 결과

### 4. 결론

### 참고문헌

# 1. 서론

## 1-1. 연구의 배경 및 목적

1970년대 말 이래 특히 산업디자이너들에 의해 제기된 인위적으로 제한되고 획일적인 디자인 언어의 필요성에 대한 의문은 디자인의 표현을 해방시키고자 하는 작업으로 이끌었다. 이들 산업디자이너들에 의한 집단적인 반발은 에토레 소트사스(Ettore Sottsass)를 주축으로 시작된 Memphis(Memphis) 그룹에 의해 이루어졌는데, Memphis 디자인은 현대의 사회적 규범에 가려져 있던 인간 생활 환경의 사적인 측면을 재발견하여 포스트모던 디자인의 시작했다는데 역사적 의미를 갖는다. Memphis 디자인이 불러 일으킨 파급 효과는 1910년대 미술에 있어 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp) 등에 의한 다다이즘(Dadaism)에 필적할 만한 결과를 가져왔던 것이다. Memphis(Memphis) 그룹은 이탈리아 포스트모던 디자인 운동의 대표 중 하나이다. Memphis 그룹은 당대 디자인 영역에 중요한 영향력을 미치고 있으며, 포스트모던 디자인의 스타일, 디자인 판단, 흐름을 학습하는 데 중요한 가치를 갖고 있다.

광고를 표현하는 데 있어, 레이아웃은 매우 중요하며, 효과적으로 디자인된 레이아웃은 수용자에게 정보를 효과적으로 전달할 수 있다. Memphis 디자인의 특징에 기초하여 광고 레이아웃 디자인에 대한 탐색을 진행하고, Memphis 디자인의 광고 레이아웃 디자인에 유희적 요소를 분석하여, 소비자가 광고에 대해 느끼는 매력을 높일 수 있고, 이는 광고 홍보 효과를 높이는 결과를 가져올 것이다. 본문은 Memphis 디자인의 유희적 요소를 이용한 광고 작품의 레이아웃 디자인 특성을 연구하여 오늘날 광고 작품의 시각적 효과와 창의적 발상을 향상시키기 위한 발전 방향을 제시하고자한다.

## 1-2. 연구 범위 및 방법

본 논문은 문헌 연구 및 사례연구를 통한 연구 분석을 진행한다. 문헌 연구에서는 연구에 관한 논문과 저널을 분석하고 출판 서적과 인터넷 자료를 분석한다. 사례 분석은 광고작품을 통한 사례 연구를 진행한다. Memphis 광고에서 레이아웃 디자인의 주요 특징을 요소 외해 차원에서 분석해 정리한다. 본 논문의 제1장에서는 연구의 배경 목적 및 연구 범위와 방법에 대해 설명한다. 제2장에서는 Memphis 디자인 디자인이 발생한 배경 및 의미, Memphis 디자인과 유희적 요소의 관계, 표현 기법, 그리고 광고 레이아웃 디자인의 중요성에 대해 이론적으로 서술을 진행한다. 제3장 Memphis 유희

적 요소가 레이아웃 디자인에서 나타나는 균형, 배열, 근접, 대비, 반복, 여백의 활용 특성을 분석한다. 제4장 본 연구의 결론을 정리하고 연구의 의의를 서술한다.

# 2. Memphis 디자인 유희적 요소와 광고레이아웃의 이론적 배경

## 2-1. Memphis 디자인의 발생 배경과 의미

Memphis 디자인은 1980년대 서양 포스트모던 디자인의 중요한 대표 사조 중 하나로 당대 예술 발전의 흐름에 큰 영향을 미치고 있다. Memphis 디자인은 개방적이고 자유로운 디자인 사상을 중시하고, 제품의 색상과 장식을 중시하며, 기능적인 측면에서 타 디자인 스타일과는 다른 시각을 추구한다. Memphis 디자인은 급진적이고 독창적인 태도로 기존 정체되어 있던 현대주의 모더니즘 디자인에 색다른 경험을 선사했다 할 수 있다.

Memphis의 발생 원인을 규명하는 것은 사회·경제·과학기술과 각종 새롭게 생겨난 분야들의 영향을 모두 고려해야 하기에 그 원인 규명 과정이 매우 복잡하다. 1920년대에서 1930년대에 걸쳐 다수의 서양 선진 자본주의 국가들은 자본 축적을 완성하였고, 산업혁명의 추진으로 인류가 농경사회에서 공업 산업시대로 접어들게 되면서 기계생산으로 대표되는 사회생산력의 증대가 실현되었다. 공업생산은 서구 사회에 급속한 경제적 발전을 가져온 동시에, 여러 부정적인 영향도 함께 가져왔다. 이는 환경보호 의식이 결여되고, 적절한 자연보호 대책 마련이 미흡한 상태로 진행된 당시의 과도한 개발, 천연자원의 무분별한 사용 등이 원인이 되어 발생하였고, 오늘날 환경오염, 생물 종의 멸종 가속화 폐해 등의 모습으로 그 부정적 영향과 결과물이 점차 드러나고 있다. 1972년, 로마클럽은 <성장의 한계>에서 공업의 발달로 인한 생태계 파괴를 지적해 당시 많은 사람의 주의를 환기시켰다. 자연과학자들은 산업혁명이 가져온 여러 폐해와 위기를 마주하자, 기계에서 눈을 돌려 사람을 전면적으로 살펴보게 된다. 이성을 기준으로 세워진 물질문명은 비이성적 사고의 반물질적 사상 의식이 나타나게 되었고, 이러한 변화는 오늘날 광범위한 영향력을 갖는 히피 록 음악, 문학에서의 초현실주의 등이 대표적이다. 이러한 비이성적 사고의 반물질적 사상 의식은 산업문명의 산물이자 반산업문명에 대한 감정 표출로, 산업 시대의 배경에서 사람들이 자신의 새로운 정신적 추구를 찾는 형태를 보여준다.<sup>1)</sup>

1) 许巍, 现代十大设计理念: 孟菲斯设计,

1960년대, 서방이 미국의 사상가 다니엘 벨(Daniel bell)이 묘사하던 포스트 산업사회에 진입하였고, 여러 정치 경제적 위기가 닥치면서 철학, 문화예술, 미술 분야에서 반주류의 물결이 이어졌다. 사회의 다각화적 발전은 디자인학에서도 영향을 받았으며, 모더니즘 디자인에 대한 비판 속에서 반주류 디자인과 급진주의 디자인이 계속해서 쏟아져 나왔고, 1970년대 말 알치미아 스튜디오(Alchymia Studio)는 밀라노의 가장 중요하고 대표성을 띠는 급진주의 아방가르드(전위) 조직이었다. 이들은 단조로운 모더니즘 디자인에 반대하고, 장식예술과 디자인 기능의 통일적 조화를 추구하였다. 1980년 이후 에토레 소트사스(Ettore Sottsass)를 비롯한 구성원들이 알치미아 조직 내부와 다투면서 논란과 조직 목표에 대한 갈등을 빚었고, 에토레 소트사스는 알치미아 조직을 탈퇴하고 같은 목표의 디자인 파트너들과 1980년 말 밀라노에 Memphis 디자인 조직을 만들어 기능주의에 반대하는 디자인을 조직으로 함께 추구했다.<sup>2)</sup> 당시 Memphis의 탄생은 전통적인 디자인을 완전히 흔들어 놓았다. Memphis 디자인은 팝아트(Pop-art)와 아르데코에서 영감을 받아 비비드(vivid)한 색채의 기묘한 요소들과 기하학적인 조각들이 어우러져 1.선명한 색상 2.키치 스타일 3.대담한 기하학적 형태의 디자인적 특징을 나타냈다. 비록 Memphis 디자인은 짧은 기간 동안 존재했지만 디자인 작품과 디자인 마인드는 그 영향을 미치는 범위가 크다고 할 수 있다.

## 2-2. Memphis 디자인의 유희적 실험

20세기 후반 급진주의 디자인 중 하나인 Memphis 디자인의 디자인 철학은 루이스 헨리 설리번(Louis Henry Sullivan)이 제시한 20세기 현대 디자인의 “형태는 기능을 따른다(Form ever follows Function)”는 법칙을 깨뜨렸다. Memphis가 보기에 '장식은 죄악(罪惡)이 아니다'는 것은 이성적 질서화에 대한 모더니즘의 추구를 풀어낸 것이다. Memphis 디자인 스타일은 장식, 컬러 선택에 있어 선명한 장식과 컬러를 선택하며, 서로 다른 소재의 조합을 대담히 시도하는 등 모더니즘을 분해해 재구성하는 데 초점을 맞춘 디자인 운동이었다.

가능성에 반기를 이탈리아 건축가이자 제품 디자이너인 멘디니 ‘안나G’는 와인병 코르크 뚜껑을 빼내는 도구이다. 단발머리에 목이 길고 우아한 드레스를 입은

江苏美术出版社, 2001, p.2-46.

2) 최정화 노혜신, Memphis 디자인을 응용한 실내조명등 표현 연구-에토레 소트사스 작품 중심으로, 디지털융복합연, 2021, Vol.19, No.2, p.31.

여자의 모습인데, 안전하고 다소곳하게 서 있다가 두 팔을 활짝 벌렸다 접었다 하면서 코르크를 빼낸다. 그 모습이 무척 익살스럽고 귀엽다. 알레시라는 이탈리아의 디자인 브랜드에서 한정 출시했던 ‘안나G’는 세계적으로 큰 화제가 되었고 아직까지도 많이 팔린다.



[그림 1] 알레산드로 멘디니의 작품 <와인병 따개 안나G>, 1994

이 제품을 디자인한 사람은 알레산드로 멘디니라는 이탈리아의 건축가이자 제품 디자이너이다. 화려하고 익살맞으며 감각적인 그의 디자인은 우리나라 전통 민화나 조각보 디자인처럼 다양한 색들이 과감하게 섞여 있다. 색뿐 아니라 비레나 재료의 연결도 무척 과감하다. 그는 ‘카시벨라’ ‘모도’ ‘도무스’ 등 예술잡지의 편집에도 참여하며 이탈리아와 포스트모던, 급진적 디자인의 발전에 중요한 역할을 했다. 이렇게 시작된 현대의 디자인 운동은 대립적 구도를 반복했다. 20세기 초 딱딱하고 직선적이며 단순하고 절제된 모더니즘의 시대가 지나며 부드러운 곡선과 다양한 색상이 복합된 형태의 포스트모더니즘 디자인이 부각됐다. 그것은 다채로운 색깔과 동화 같은, 마치 이야기를 하는 것 같다. 단순한 요소의 반복적인 나열, 색상과 형상의 불일치로 충돌이 생긴다. 역사적 양식의 차용과 소비적인 장식의 남용. 그래서 오히려 페이스스가 스며들도록 하는 전략은 어디선가 본 듯 익숙하다.

이러한 유패한 실험의 형태에서 Memphis 디자인은 모더니즘의 기능화, 질서화, 기계화에 대한 체계적 추구를 뛰어넘었다. 모더니즘이 반장식주의를 추구하고 표준화를 주장하는 역할과 기능을 양산하는 디자인 환경에서, Memphis 디자인은 장식성이 강한 도안, 풍부한 색상, 다양화된 조형은 의심할 여지없이 모더니즘에 대한 반항심리가 나타난 것이며, 모더니즘에서 형식과 기능 사이의 결속 관계를 와해하고, 디자인 사상의 다원화된 발전을 표현해냈다. 본문에서는 Memphis의 디자인에서 요소들을 핵심 개념을 논한다.

### 2-3. Memphis 디자인의 표현 기법

현대사회가 발전하며 사람들의 소비 패턴과 소비 관념도 점차 변화하고 있다. TV, 잡지, 간행물 등 매체를 이용한 제품 홍보 수단의 다양화는 소비자들의 제품 선택 폭을 다양화시켰고, 소비자가 원하는 제품을 고르는 것과 관련하여 상품에 대한 소비 필요 또한 변화시켰다. 이런 일련의 변화에 따라 단순한 기능적 디자인은 더 이상 대중의 소비 욕구를 충족시키지 못하게 되었다. Memphis의 디자인 스타일 중 장식적인 개성화의 특징은 개성화의 소비 시장이 집단적 소비 시장을 대체하기 시작했고, 더 나아가 색채의 개성화, 조형의 키치(kitch)화, 대담한 기하학적 형태의 디자인을 통해 소비자들에게 색다른 시각적 경험을 주게 되었다.

#### 2-3-1 색채 개성의 다이내믹

Memphis 디자이너는 기존 틀에 박힌 색채 배합 방법에서 벗어나, 색상의 더 많은 사용 가능성을 강조하며, 혁신적이고 창의적인 디자인만이 존재할 수 있는 이유가 있다고 주장했다. 이러한 색채 디자인은 보는 사람으로 하여금 재미를 느끼게 하며 많은 상상력을 불러일으킨다. 서경숙은 "Memphis의 과감한 컬러 사용은 인간의 내면에 만족감을 주는 매체, 즉 하나의 미디어(Media)가 되어 기존 관념을 무너뜨리는 요인이 된다"고 말했다. 이에 따라 Memphis 디자인 디자인의 컬러 적용은 모더니즘의 간결하고 단조로운 배색을 넘어 색조 구별이 큰 컬러 블록(color-block), 높은 포화도의 컬러, 멀티컬러(multi-color) 블록을 조합해 시각적으로 자극적이고 눈부신 시각 효과 비주얼을 연출한다.<sup>3)</sup> 미국 디자이너 펫 셰르(Peter Shire)가 디자인한 '소파 팔걸이 의자[그림 1]는 비대칭적인 조형 위에 넓은 면적의 보라색, 노란색, 주황색 등 눈부신 색상을 사용해, 제품 기능영역의 컬러 블록을 구분하였고, 이를 통해 강한 시각적인 임팩트 효과를 주어, 작품 디자인 중에 유머러스한 해학을 표현한다.



[그림 2] PeterShire의 작품 <소파 팔걸이의자>, 1982

3) 서경숙, Memphis 디자인의 (MemphisStyle)의 coffeeset개발에 관한 연구, 이화여자대학교 산업미술대학원, 석사학위논문, 1993, p.19.

#### 2-3-2 조형 키치(kitch) 상징화

Memphis 디자인의 디자인은 조형의 유희적 요소 구현에 있어, 기능 단일화가 아닌 궁극적인 형식감을 추구한다. 소위 키치(kitch) 정신은 독일어 단어 '키치(kitch)'에서 유래된 것으로 크게 새롭고 기이함 현요함 패션 등의 의미를 담고 있다. 키치(kitch)정신은 낙천적이고 명랑하면서도 과시적인 스타일로, Memphis 작품에서도 그 특징이 잘 드러난다.

디자이너는 모더니즘 디자인의 표준화된 이성적 사유(思惟)를 파괴적 디자인 기법으로 풀어나고, 작품 구성의 비율을 무중력 하게 만드는 파격적 디자인 패러다임을 향유한다. 작품 조형은 상징적·은유적 의미를 가지고 있으며, 이로써 작품 자체의 내재적 가치와 문화적 함의(含意)를 풍부하게 한다.<sup>4)</sup> 일본 당대 디자이너 마사노리 우메다(Masanori Umeda)의 작품[그림 4]에는 일본 전통문화와 서양 현대문명이 녹아 있는데, 그의 대표작 1990년에 만들어진 '문릿가든 암체어'는 소파 전체가 꽃잎처럼 벌어져 있고, 그 위를 사람이 앉으면 압력을 받아 벌어진 팔걸이가 사람을 감싸 보호 공간을 만들게 된다. 이는 마치 사람이 따뜻한 품에 안기는 듯한 느낌을 주게 된다.



[그림 3] Masanori Umeda의 작품 Moonlit Garden Armchair, Animal Chair1990

#### 2-3-3 대담한 기하학적 형태

Memphis 유희적 요소의 디자인 이념 중 도안에 있어 장식화된 디자인을 추구하는 것은, 고유 구도(構圖)의 법칙에 대한 모더니즘의 표현을 와해시켰다. 도안을 구상(具象), 추상(抽象) 또는 은유(隱由) 형태로 파괴·반복 변형 처리를 진행하고, 기하학적인 도형 점(點)·직선(直線)·곡선(曲線)의 조합을 큰 면적으로 사용해 도안의 장식적 기이한 매력을 보여주며, 보는 사람으로 하여금 정서적 공감을 불러일으켰다.<sup>5)</sup> 프랑스의 그래픽 디자인

4) 唐霖, 解构与批判: 孟菲斯设计思想研究, 中国商业出版社, 2018, p.28.

5) 이승연, Memphis그룹의 패턴디자인 연구, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원, 석사학위논문, 2018, p.6.

이녀 카밀 왈랄라(Camille Walalala)는 다른 10명의 예술가들과 함께, 런던 디자인 박물관 [그림 2]의 상점에 Memphis 디자인을 표현해냈다. 박물관 상점 외관의 전체를 생성하고 선명한 기하학적 형태로 디자인 표현하여, 이를 보는 사람들에게 코로나19로 인해 침체된 풍경을 잊게 하는 디자인 효과를 가져왔다. 그녀의 작품 스타일은 비교적 규칙적으로 정돈된 기하학적인 도형을 사용하며, 직사각형 · 삼각형 · 원형을 분산시키고 재구성하고, 선을 수직으로 뺀어 전체적인 양식에 역동성과 재미를 주는 특징이 있다.



[그림 4] Camille Walalala의 작품 <런던 디자인 박물관의 상점>, 2021

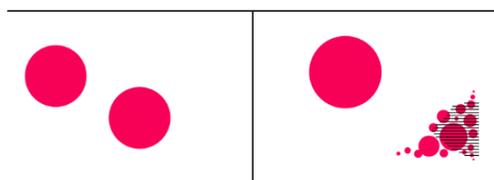
#### 2-4. 광고에서 레이아웃 디자인의 기본원칙

광고디자인은 전하고자 하는 ‘메시지’를 효율적으로 전달하기 위해 다양한 요소들을 사용하여 주어진 공간 내에 적절히 어우러지도록 구성하는 것을 기본 원리로 삼고 있다. 디자이너의 아이디어와 광고표현에 따라 다양한분 위기를 전달하고, 한정된 공간에 글과 그림을 효과적으로 결합시켜 화면에 전달되는 내용을 시각적으로 직접 느낄 수 있도록 한다. 광고의 부분적인 요소와 전체적인 관계를 충분히 파악하고, 각 요소 사이의 관계를 적절히 조절하면 상품의 품질과 형태를 정보로 더 잘 나타낼 수 있다.<sup>6)</sup> 스위스의 그래픽 디자이너 ‘랄프 슈레이보겔(Ralph Schraivogel)’은 “그래픽 광고는 보통 2초의 시간 동안 당신의 시선을 끌고, 그보다 더 시간 동안 흥미를 유발한다”고 말했다. 보는 이로 하여금, 눈을 떼 수 없게 만들 정도로 우수한 광고 디자인 작품은 작품을 볼 때 0.3초에서 2초 사이에 상품에 대한 관심을 갖게 하는 여부를 결정한다. 따라서 레이아웃은 요소간의 조화로운 배합에 중점을 두고, 형식 언어를 균형(Balance), 배열(Alignment), 근접(Proximity), 대비(contrast), 반복(Repetition), 여백(White space)의 여섯 가지로 나누어 적용하였다.<sup>7)</sup>

6) 전기순, 광고표현의 ‘형(形) 디자인’ : 관여도에 따른 레이아웃의 차이에 관한 연구, 한국광고학회, 2012, Vol.23, No.2, p.126-128.

#### 2-4-1. 균형(Balance)

균형은 평면 디자인에서 흔히 쓰이는 원리 중 하나로 디자인 중 물체, 색깔, 공간의 시각적 무게 분포로, 중축선과 중심점에 구애받지 않고 화면 시각적 요소의 변화를 이용하여 평형을 나타낸다. 레이아웃의 균형은 크기 균형, 공간 위치 균형, 색 균형 등을 포함한다. 그래서 평형에서는 반드시 도형대칭을 평형이라고 하는 것이 아니라, 반대로 한쪽에는 큰 요소가 있고 다른 쪽에는 작은 요소가 몇 개 있어도 평형을 이룰 수 있다. 디자인의 균형은 전적으로 이 디자인에 요소를 배치함으로써 달성된다.

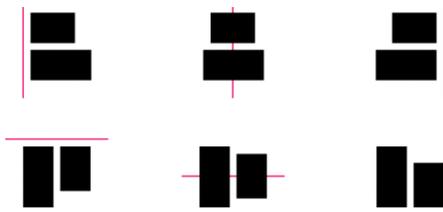


[그림 5] 균형(Balance)

출처:<https://www.inzonedesign.com/blog/6-principles-of-design/> (2022.08.15)

#### 2-4-2. 배열(Alignment)

배열은 요소들 간의 시각적인 연결을 만들어 줌으로써 화면의 시각적인 통일을 돕는다. 설령 이 요소들이 서로 긴밀하지 않더라도, 맞추면 우리 뇌는 스스로 보이지 않는 선을 만들어 그것들을 연결한다. 화면상의 다른 내용과 시각적인 관계를 맺음으로써 두 요소 사이의 관계를 정리하여 독자에게 알릴 수 있다. 보다 선명하고 조리 있는 디자인 기법을 동시에 창조했다.



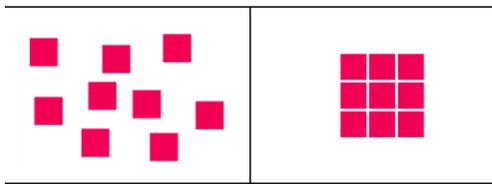
[그림 6] 배열(Alignment)

출처:<https://www.inzonedesign.com/blog/6-principles-of-design/> (2022.08.15)

7) 胡卫军, 版面设计从入门到精通, 人民邮电出版社, 2017, p.351-437.

### 2-4-3. 근접(Proximity)

근접의 주된 목적은 관련 요소를 조합한 디자인 기법이다. 두 개 이상의 요소들을 서로 가까이 놓음으로써 분산과 무관한 대상이 아닌 응집력 있는 전체로 결합시킨다. 이것도 독자의 초점이 되는 데 크게 도움이 된다. 왼쪽에서 서로 무관하게 흩어져 있는 하나의 객체, 화면에 초점이 없는 혼란스러운 디자인을 볼 수 있다. 그러나 오른쪽에서, 우리가 이 똑같은 물체들을 서로 가까이 두고 어떻게 하면 조직적이고 깔끔한 디자인을 만들 수 있는지 아주 독특한 모양을 만들어 낼 수 있다.

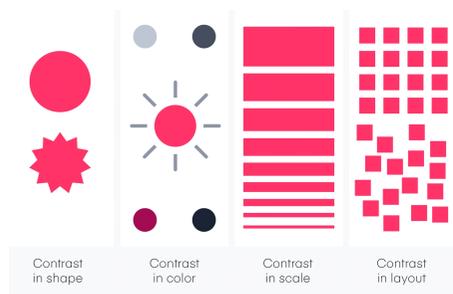


[그림 7] 근접(Proximity)

출처: <https://www.inzonedesign.com/blog/6-principles-of-design/> (2022.08.15)

### 2-4-4. 대비(contrast)

대비(Contrast)는 다른 두 요소를 동시에 배치했을 때 그 영향으로 차이가 나타나는 시각화 현상이다. 따라서 레이아웃 디자인 중 대비는 요소 간 차이가 두드러져 요소의 특징을 더욱 생생하고 선명하게 만들 수 있다. 시각에 대한 자극을 강화해 화면의 테마를 더욱 명확하게 한다. 두 개 이상의 요소만 있으면 대비를 할 수 있는데, 대비의 형식으로는 크기 대비, 색채 대비, 모양 대비, 방향 대비 등이 있다.

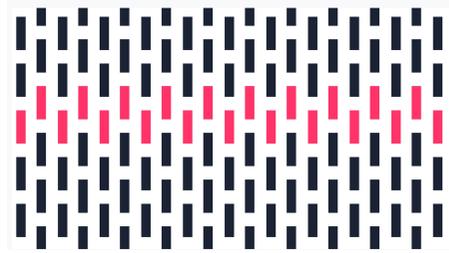


[그림 8] 대비(contrast)

출처: <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design> (2022.08.15)

### 2-4-5. 반복(Repetition)

반복은 같거나 비슷한 이미지를 규칙적으로 반복 배열해 기억에 남는 배치를 만드는 방법이다. 특정한 형식, 색상, 모양, 글꼴, 심지어 결까지도 디자인 전반에 걸쳐 요소를 반복함으로써 일관성과 연속성을 만들 수 있다. 이런 수법은 화면에 대비를 증가시키지 않는다. 통일 속에서 화면이 바뀌고 주제의 메시지가 부각되는 것이다.

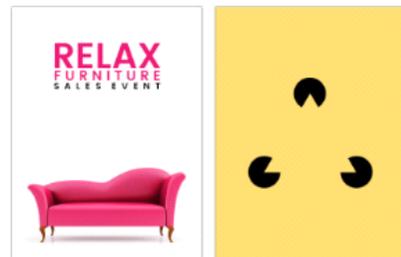


[그림 9] 반복(Repetition)

출처: <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design> (2022.08.15)

### 2-4-6. 여백(White space)

여백은 요소들 사이에 어떤 요소도 짜여지지 않은 공간으로 '마이너스 공간'이라고도 불린다. '여백'이라 불리지만 반드시 흰색은 아니어도 아무 색도 아니지만 배경색이 어떤 여백이든 중요하다. 시각적으로 화면이 덜 붐비는 느낌을 받을 수 있어 눈에 시각적 숨 쉴 공간을 제공하기 때문이다. 피사체의 윤곽이나 일부 윤곽을 간단히 보여줌으로써 마치 물체가 존재하는 듯한 착각을 줄 수 있는 그래픽과 로고 디자인에서 창의성을 발휘하는 방법이기도 하다.



[그림 10] 여백(White space)

출처: <https://www.inzonedesign.com/blog/6-principles-of-design/> (2022.08.15)

### 3. Memphis 디자인에서 유희적 요소가 광고 레이아웃에서의 사례 분석

#### 3-1. 광고 레이아웃의 유형별 사례 분석표

광고레이아웃 형식을 균형, 배열, 근접, 반복, 대비, 여백의 여섯 가지로 구분하였다. 또한 국립대만사범대 린주리(林玠里)가 발표한 논문 'Memory of Taiwan: The Application of Deconstruction Lettering Posters'에서는 포스터 사례 분석 연구를 통해 유희적 디자인에서 총 10가지 유희적 요소를 총결산한 기법을 보여준다. 왜곡, 비틀림, 분할, 위치 어긋남, 해산, 기하학적 결손, 유기적 결손, 양상 중첩, 음상 중첩, 양상 변환이다. 위의 10가지 요소를 5대 분류로 귀납하면 각각 왜곡, 분할, 해산, 결손, 중첩이다. 8) 구성 요소의 기법은 왜곡, 분할, 해산, 결손, 중첩의 다섯 가지로 나누는데, 서로 다른 레이아웃에서 Memphis 디자인의 광고에 활용되는 구성 요소를 분석한다. 유희적 표현 수법의 종류와 정의를 아래와 같이 분류한다.

[표 1] 유희적 요소의 정의

요소	정의
왜곡	화면에 요소가 뒤틀리고 비틀리는 변화 방식.
분할	요소는 분할 후에 물체의 원형을 볼 수 있지만, 위치에 변위가 있다.
해산	요소가 화면에 어지럽게 널려 있다.
결손	요소의 원형이 완전하지 않고, 파손된 상태가 있다.
중첩	요소는 서로 겹쳐서 면반을 크게 하거나 줄인다.

본 연구에서는 광고에서의 유희적 요소에 대하여 레이아웃 디자인의 유형별 사례연구를 위한 [표 2]의 분석틀을 제시한다.

[표 2] Memphis형 광고 레이아웃의 유형화 분석표

광고사례	요소를 유희적으로 표현하는 방법				
	왜곡	분할	해산	결손	중첩
	광고에서 레이아웃의 기본원칙	균형(Balance)			

8) 林玠里, 記憶台灣—解構主義應用於文字造型之海報創作, 國立台灣師範大學, 2015, p.69-74.

#### 3-2. 균형(Balance) 광고사례

디자인의 객체는 실제 세계와 마찬가지로 무게를 전달하지만 이를 시각적 무게라고 하고 디자인의 시각적 무게는 균형을 이루고 있어야 한다. 마치 시소에 두 개의 물건을 올려 놓는 것과 같다. Memphis 디자인은 반을 나눠서 균형을 잡는 가장 기본적인 레이아웃이다. 한쪽에만 내용을 채워서 다른 쪽을 네거티브 스페이스로 이용할 수 있고, 내용이 있는 쪽을 강조할 수 있다. 다른 원칙과 섞어서 쓰거나 아예 무시하거나, 응용해서 쓸 수도 있다.

[표 3] Memphis형 광고 균형-왜곡 레이아웃의 사례분석표

광고사례	요소를 유희적으로 표현하는 방법				
	왜곡	분할	해산	결손	중첩
Ray-ban 상품광고 인물은 화면 중심에서 전체적인 균형을 이루는 효과를 나타내며, 뒤틀린 선으로 인물을 감싸면서 배경과 인물의 공간감이 커진다.	○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙	균형(Balance)				

화면 밸런스 구도에서 본체를 제외한 일부 요소를 비틀어 변형시켜 본체를 더욱 부각시킴과 동시에 화면 활성도를 높일 수 있다.

[표 4] Memphis형 광고 균형-분할 레이아웃의 사례분석표

광고사례	요소를 유희적으로 표현하는 방법				
	왜곡	분할	해산	결손	중첩
Durty Disco 음악광고 대각선 방식으로 화면 두 영역을 분할해 수영장 파티 콘셉트를 만든다.	○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙	균형(Balance)				

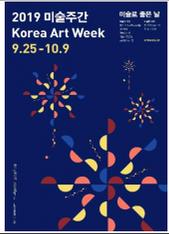
점, 선, 면의 요소를 이용하여 분할된 화면에 랜덤하게 분포하여 화면의 디테일을 풍부하게 한다.

**[표 5] Memphis형 광고 균형-해산 레이아웃의 사례분석표**

		아디다스 상품광고 화면 중앙을 중심으로 요소가 항상 분산 배치돼 중심 밸런스가 맞춰지는 효과가 있다.		
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			균형(Balance)	

점, 선, 면의 요소를 주체를 주위에 분산시켜 균형 잡힌 화면에 랜덤성을 증가시킨다.

**[표 6] Memphis형 광고 균형-결손 레이아웃의 사례분석표**

		Korea Art week Korea Art week 안내 광고 화면 전체 레이아웃에서 화면 하단의 비교적 큰 요소와 상단의 비교적 작은 세 요소의 조합이 균형을 이룬다.		
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
			○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			균형(Balance)	

반원의 형상을 조합하면, 하나의 반원이 결손감을 가지고 있으나 전체적인 조합은 완전성을 가지고 있다.

**[표 7] Memphis형 광고 균형-중첩 레이아웃의 사례분석표**

		SECRET SOCIETY SECRET SOCIETY 음 악회 안내광고 요소가 대칭적인 방식으로 화면을 좌우로 균형 있게 만드는 효과를 낸다.
---	--	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
				○
광고에서 레이아웃의 기본원칙			균형(Balance)	

요소는 맵 외에 선과 도트를 넣어 대칭적으로 화면을 보완하고 텍스처가 다른 요소는 레이아웃 디자인하여 입체감을 준다.

### 3-3. 배열(Alignment) 광고사례

Memphis 디자인의 정렬은 비슷한 요소를 하나로 묶고, 보이지 않는 요소를 연결한다. 모든 정렬을 할 수도 있고 정렬 중에 개별 요소를 흐트러뜨려 국소적인 차이를 만들 수도 있고, 또는 모두 흐트러뜨려 전체적 차이를 나타낼 수도 있다.

**[표 8] Memphis형 광고 배열-왜곡 레이아웃의 사례분석표**

		부산 디자인 위크 부산디자인위크 안내광고 화면 속 알파벳이 위아래로 이어지면서 가운데 선이 꼬여 원래 정렬의 규칙성을 해체한다.		
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙			배열(Alignment)	

화면 속 그래픽을 줄에 삽입해 알파벳의 일그러진 선을 입체감 있게 살려주고, 기존의 정렬이 주는 딱딱한 느낌을 해체했다.

**[표 9] Memphis형 광고 배열-분할 레이아웃의 사례분석표**

		펩시 콜라 음료 광고 무작위로 분포된 요소들은 모두 대각선상에 따라 한 방향으로 정렬된다.
--	--	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
	○			
광고에서 레이아웃의 기본원칙			배열(Alignment)	

요소를 서로 다른 규칙적인 폴리곤으로 분할하여 화면에 배치한다. 각 요소의 방향은 정렬되지만 요소는 다른 특징을 가지고 있다.

[표 10] Memphis형 광고 배열-해산 레이아웃의 사례분석표

	<p>항저우 독립 커피 축제 항저우 독립 커피 축제 안내광고</p> <p>화면에 다른 패턴을 분산시켜 랜덤하게 보이지만 패턴끼리 정렬한다.</p>
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			배열(Alignment)	

서로 다른 그래픽을 조합해 재미있는 패턴을 분산 배치하고 채도가 높은 액티브한 화면을 사용한다.

[표 11] Memphis형 광고 배열-결손 레이아웃의 사례분석표

	<p>ARAGARA Summer Festival ARAGARA Summer Festival 안내광고</p> <p>화면은 글자가 정렬되어 있고 화면 뒤의 도형이 불규칙하게 분포되어 있는 것처럼 보이지만 글자별로 구분된 영역도 정렬되어 있다.</p>
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
			○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			배열(Alignment)	

화면 글자 부분은 기존의 완전성을 깨고 부분 대신 줄무늬와 체크무늬를 사용해 글꼴의 다양한 가능성을 개발할 수 있도록 했다.

[표 12] Memphis형 광고 배열-중첩 레이아웃의 사례분석표

	<p>서초구립양재 도서관 도서관 캠페인 광고</p> <p>화면 요소의 분포가 상대적으로 랜덤하게 분포되어, 요소와 요소 사이가 적당하게 정렬되고, 일부 요소는 어긋나게 배치된다.</p>
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
				○
광고에서 레이아웃의 기본원칙			배열(Alignment)	

겹치는 방식으로 화면에 계층감을 주고, 주요 요소와 부차 요소의 차이를 벌린다.

### 3-4. 근접(Proximity) 광고사례

Memphis 디자인은 비슷한 요소들의 조합으로 화면을 연결시키고, 같은 톤의 컬러 밸런스를 맞춰 불규칙하고 랜덤하게 화면을 바꿔 스타일 통일 효과를 낸다. 하지만 이런 접근을 완전히 무시하고 색다른 시도를 하는 경우도 있다.

[표 13] Memphis형 광고 근접-왜곡 레이아웃의 사례분석표

	<p>review 서적광고</p> <p>꼬인 선을 이용해 다른 스타일링을 만들어 화면 전체를 채워준다.</p>
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙			근접(Proximity)	

뒤틀린 선은 다른 모양을 그려내고 풍부한 컬러의 기하학적 무늬를 더해 화면을 풍성하게 만든다.

**[표 14] Memphis형 광고 근접 분할 레이아웃의 사례분석표**

	Mental Health Awareness Week			
	Mental Health Awareness Week 안내광고			
넓은 면적에 동일한 톤의 색상을 사용하여 화면을 만들고, 기하학적 형태에 따라 화면 영역을 분할한다.				
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
	○			
광고에서 레이아웃의 기본원칙			근접(Proximity)	

비슷한 색상의 경우 서로 다른 모양의 그래픽과 그리드를 적용해 화면 스타일을 살려준다.

**[표 15] Memphis형 광고 근접-해산 레이아웃의 사례분석표**

	Virtual insanity			
	Virtual insanity 안내광고			
화면 속 요소가 중심상 사방에서 흩어져 표현된 공간감을 살렸다. 비슷한 색조를 써서 화면을 조화롭게 통일시키다.				
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			근접(Proximity)	

무작위로 분산된 불규칙한 요소가 톤이 차분했던 화면을 흥미롭게 만든다.

**[표 16] Memphis형 광고 근접-결손 레이아웃의 사례분석표**

	독서평역프로젝트			
	독서평역프로젝트 전시 그래픽 디자인 광고			
화면 요소의 색이 비슷한 경우, 결점이 있는 선으로 화면을 조합하여 서로 다른 효과의 글꼴 도형을 얻을 수 있다.				

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
			○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			근접(Proximity)	

기하학적인 도형의 상식을 타파하여 색다른 시각 감각을 만들어 내다.

**[표 17] Memphis형 광고 근접-중첩 레이아웃의 사례분석표**

	국립극단			
	국립극단 안내광고			
서로 다른 기하학적 도형을 중첩시켜 화면 속의 이미지를 만들고, 넓은 면적에 같은 색을 채택하여 화면을 통일시킨다.				
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
				○
광고에서 레이아웃의 기본원칙			근접(Proximity)	

서로 다른 색상과 무늬를 통해 화면에서의 기하학적 조합의 유사성을 감소시킨다.

**3-5. 대비(contrast) 광고사례**

배열에 관한 내용으로 Memphis 디자인은 반을 나눠서 균형을 잡는 가장 기본적인 레이아웃이다. 한쪽에만 내용을 채워서 다른 쪽을 네거티브 스페이스로 이용할 수 있고, 내용이 있는 쪽을 강조할 수 있다. 다른 원칙과 섞어서 쓰거나 아예 무시하거나, 응용해서 쓸 수도 있다.

**[표 18] Memphis형 광고 대비-왜곡 레이아웃의 사례분석표**

	Havana World Music			
	Havana World Music 안내광고			
채도가 높은 색상으로 화면에 색 대비감을 준다.				

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙			대비(contrast)	

규칙적인 기하학적 모양을 다른 모양으로 비틀어 화면의 다양성을 더하고 선명한 색상과 어울린다.

**[표 19] Memphis형 광고 대비-분할 레이아웃의 사례분석표**

	MANGO TV MANGO TV 구인광고 채도가 높은 색상을 사용하여 화면의 대비를 하고, 색상 대비를 통해 화면의 도형을 분할한다.
---	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
	○			
광고에서 레이아웃의 기본원칙			대비(contrast)	

화면 속 요소는 반드시 완전한 도형을 필요로 하는 것은 아니며, 일부를 분할하여 조합해도 재미있는 도형으로 다시 만들 수 있다.

**[표 20] Memphis형 광고 대비-해산 레이아웃의 사례분석표**

	선장 센터 빌딩 선장 센터 빌딩 캠페인 광고 화면 중심을 둘러싼 본체가 다른 요소들이 화면 전체를 채우고, 요소들 간의 색채구조-패턴의 강한 대비가 화면을 풍부하게 한다.
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			대비(contrast)	

화면 속 다양한 패턴을 랜덤하게 분산시켜 화면을 짝 채우고 과감한 배색으로 전체적인 분위기를 살렸다.

**[표 21] Memphis형 광고 대비-결손 레이아웃의 사례분석표**

	부산무현대미술전시회 부산무현대미술전시회 공식광고 선명한 컬러와 간소한 그래픽을 조합해 심플한 화이트 컬러의 배경과 대비된다.
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
			○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			대비(contrast)	

불완전한 도형을 무작위로 조합하여 색상선택을 다양하게 시도함으로써 더 많은 가능성을 얻는다.

**[표 22] Memphis형 광고 대비-중첩 레이아웃의 사례분석표**

	ziroom ziroom 발표회 광고 색의 명암을 사용하여 대비 효과를 낸다.
--	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
				○
광고에서 레이아웃의 기본원칙			대비(contrast)	

색채 대비가 대담하고, 디자인 요소가 다른 레이아웃의 중첩을 통해 알파벳 도형이 색채에 대비-중첩의 공간감을 갖도록 한다.

### 3-6. 반복(Repetition) 광고사례

반복적인 요소를 다른 원칙과 함께 사용하여 사용자의 눈을 초점으로 이끌거나, 연속성 또는 흐름을 갖는 디자인을 만들 수 있다. Memphis 디자인에 반복적인 점, 선, 면 요소들로 화면을 장식해 디테일이 풍부하고 재미를 준다. 요소상의 중복을 제외하고 색상의 중복은 구조가 다른 화면에 연관성을 증가시킨다.

**[표 23] Memphis형 광고 반복-왜곡 레이아웃의 사례분석표**

	홍콩 공과대학 홍콩 공과대학 안내광고
	캐릭터를 비틀어 재사용함으로써 하나의 덩어리로 만들어라.

요소를 유희적으로 표현하는 방법

왜곡	분할	해산	결손	중첩
○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙			반복(Repetition)	

반복적인 패턴은 변형에 의해 더 많은 가능성을 만들어내고, 색상의 차이를 이용하여 구분한다.

**[표 24] Memphis형 광고 반복-분할 레이아웃의 사례분석표**

	Ankang Selenium-rich 상품광고 넓은 면적에 중복되는 컬러로 화면을 채우고 분할을 통해 통일된 톤에 재미를 더한다.
--	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법

왜곡	분할	해산	결손	중첩
	○			
광고에서 레이아웃의 기본원칙			반복(Repetition)	

분할된 도형을 재 정렬하여 조합함으로써 유사한 색 같이라도 색다른 재미를 만들어 낼 수 있다.

**[표 25] Memphis형 광고 반복-해산 레이아웃의 사례분석표**

	Festival Bulles d'Afrique Festival Bulles d'Afrique 안내광고 넓은 면적에 중복되는 패턴으로 화면 전체를 분산시켜 채운다.
---	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			반복(Repetition)	

무작위로 점, 선, 면 패턴을 반복하여 배경 전체를 채워주면 중심 부분의 문자 메시지를 더욱 돋보이게 한다.

**[표 26] Memphis형 광고 반복-결손 레이아웃의 사례분석표**

	만국 학생 예술 전람회 만국 학생 예술 전람회 안내광고 중복되는 삼각형을 이용하여 화면을 가득 채우고, 삼각형마다 다른 도안을 첨가하여, 도안이 완전하지는 않지만 함께 조합하여 새로운 가능성을 창조하였다.
--	--

요소를 유희적으로 표현하는 방법

왜곡	분할	해산	결손	중첩
			○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			반복(Repetition)	

구조가 반복될 때는 선명한 컬러와 다양한 패턴의 조합으로 화면을 매치한다.

**[표 27] Memphis형 광고 반복-중첩 레이아웃의 사례분석표**

	Bowyer Bowyer 안내광고 도형을 사람 모양으로 조합해 화면에 반복 배치한 뒤 다른 도형과 겹쳐 화면을 완성한다.
---	---

요소를 유희적으로 표현하는 방법

왜곡	분할	해산	결손	중첩
				○
광고에서 레이아웃의 기본원칙			반복(Repetition)	

스타일링과 색상의 변화는 반복되는 요소의 차이를 만들어 화면을 지루하지 않게 만든다.

### 3-7. 여백(White space) 광고사례

“여백은 남기는 것이 아니라, 만드는 거다.” 결국 여백이다의 저자 데라모토 에리의 말처럼 여백은 Memphis 디자인에 다양한 가능성을 열어주며, 그래픽 요소가 다원화된 디자인 아래 여백은 요소의 복잡함을 중화시키고 화면에 숨을 쉴 수 있는 공간을 만들어냈다.

[표 28] Memphis형 광고 여백-왜곡 레이아웃의 사례분석표

					Shake Shack in Korea Indoor Artwork 전람광고 왜곡된 선으로 패턴이 가미된 영역을 그려내고 빈 영역을 통해 패턴 전체를 표시한다.
요소를 유희적으로 표현하는 방법					
왜곡	분할	해산	결손	중첩	
○					
광고에서 레이아웃의 기본원칙			여백(White space)		

광고를 디자인하는 과정에서 반드시 레이아웃의 디자인을 화면 가득 채워야 Memphis 디자인을 구현할 수 있는 것은 아니다.

[표 29] Memphis형 광고 여백-분할 레이아웃의 사례분석표

					cool nordic cool nordic 안내광고 짜임새 있는 그래픽으로 테두리를 만들어 다양화와 문화가 독특한 지역을 묘사하고, 중간에 여백을 두어 광고 정보를 직관적으로 보여줄 수 있도록 한다.
요소를 유희적으로 표현하는 방법					
왜곡	분할	해산	결손	중첩	
	○				
광고에서 레이아웃의 기본원칙			여백(White space)		

규칙의 프레임을 통해 다른 도안을 분할하여 규칙에서 불규칙성을 구현하다.

[표 30] Memphis형 광고 여백-결손 레이아웃의 사례분석표

					Swiss Weeks Swiss Weeks 안내광고 빈 영역을 만드는 방식으로 도형이 결손되고, 결손된 도형과 빈 영역을 이용하여 조합한다.
요소를 유희적으로 표현하는 방법					
왜곡	분할	해산	결손	중첩	
			○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			여백(White space)		

도형과 여백의 관계를 교묘하게 배합하면 화면의 재미를 높일 수 있다.

[표 31] Memphis형 광고 여백-중첩 레이아웃의 사례분석표

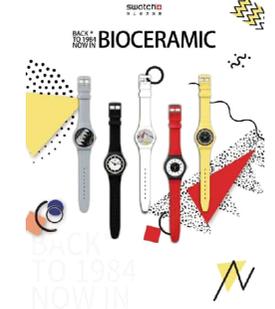
					낙도 경제 신문사 서적광고 도형을 겹쳐서 글씨체로 만들어 많은 양의 여백이 글씨체의 특징을 부각시킨다.
요소를 유희적으로 표현하는 방법					
왜곡	분할	해산	결손	중첩	
				○	
광고에서 레이아웃의 기본원칙			여백(White space)		

글자체 요소의 색이 풍부하고 조형이 복잡할 때, 여백을 남겨야 표현하고자 하는 정보가 더욱 돋보인다.

흔히 광고디자인에서 여백을 두는 것에 대한 막연한 불안감을 갖고 있는 경우가 많다. 그 두려움을 극복하고 가장 효과적으로 여백을 살리는 디자인이란 어떤 것인지 보여주는 Memphis 디자인 사례이다. 아무리 해도 평범한 디자인 그 이상이 나오지 않는다면? 혹시 여백을 다루는 기술이 부족한 것은 아닐까? 누가 보아도 세련된 디자인, 한 번 보아도 눈에 들어오는 디자인은

여백으로 숨 실 공간을 주고 아름다움을 잘 살린 디자인이다.

[표 32] Memphis형 광고 여백-해산 레이아웃의 사례분석표

		SWATCH 상품광고 심플한 화이트 컬러를 배경으로 랜덤하게 퍼지는 점선면 요소를 통해 전시 본체를 돋보이게 한다.		
요소를 유희적으로 표현하는 방법				
왜곡	분할	해산	결손	중첩
		○		
광고에서 레이아웃의 기본원칙			여백(White space)	

타이틀은 매우 중요한 정보이기 때문에 큰 글자와 두꺼운 고딕체로 임팩트를 주기 쉽지만, 여백을 만든 후 그 안에 타이틀을 배치하면 더욱더 눈에 잘 띄게 된다. 또한 적당한 심플한 그래픽으로 포인트를 주어 상품을 돋보이게 할 뿐만 아니라 화면을 풍부하게 할 수 있다.

### 3-8. 분석 결과

Memphis 디자인에서 유희적 요소를 통한 광고 레이아웃 사례 분석을 통한 사례 분석에 대한 레이아웃 연구 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 균형 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분석한 결과다. 왜곡 요소에서는 왜곡 방식으로 고르게 분포된 화면을 통해 공간감을 높일 수 있다. 분할 요소에 있어서, 분할 수법에 의해 균형 잡힌 영역을 분할함과 동시에, 분할된 두 영역을 미동감 있게 한다. 해산 요소에서는 주체물을 중심 위치 요소로 분산 배치해 화면 밸런스를 맞추면서도 화면을 풍부하게 하는 효과를 낸다. 결손 요소에는 결손된 기하학적 도형을 새로운 도형으로 조합해 균형 잡힌 화면 구도를 배치해 화면 조형이 혁신적이다. 중첩 요소에서 화면 요소는 대칭 중첩으로 균형을 이루며 요소가 섞이지 않도록 서로 다른 텍스처 패턴을 사용하여 중첩을 한다.

둘째, 배열 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분

석한 결과다. 왜곡 요소를 가미해 전체를 배열한 요소를 왜곡해 역동적인 화면을 구현했다. 분할 요소에서 랜덤하게 분할된 요소를 정렬하여 정렬함으로써 화면이 랜덤하게 질서감을 구현하도록 한다. 해산 요소에는 스타일별 도안을 시각적으로 배치해 흐트러짐이 없도록 했다. 결손 요소 중 배열 요소를 결손 처리해 패턴에 대한 다양한 가능성을 만들어 낸다. 중첩 요소에서 어긋난 요소를 적절히 정렬하여 배치함으로써 화면의 전후 관계를 구현한다.

셋째, 근접 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분석한 결과다. 왜곡 요소 중 근접 요소로 화면을 가득 채우고 왜곡 방식으로 스타일링을 차별화한 것이다. 분할 요소에서는 화면 색상이 비슷해 분할 스타일링을 통해 화면 차이를 만든다. 해산 요소 중 화면이 비슷한 경우 분산된 보조 요소를 통해 스타일링 컬러를 달리해 화면 차원을 넓힌다. 결손 요소 중 화면 전체의 색상 조형이 가까울 때 요소의 완전성을 깨는 결점 효과로 화면의 디자인 감각이 돋보인다. 중첩에서 환경에 가까운 요소를 하나로 묶기 쉽고 점, 선, 면의 텍스처를 이용해 비슷한 요소의 차이를 벌린다.

넷째, 대비 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분석한 결과다. 왜곡 요소에서 규칙의 기하 도형을 비틀어 규칙의 기하 도형과 조합하여 대비한다. 분할 요소에서 분할된 패턴을 서로 다른 색으로 채워 콘트라스트를 강화한다. 해산 요소에서 화면 주체가 발산됨으로써 색상별로 요소 구조가 다르게 구성됨으로써 대비된다. 결손 요소에서 결손된 기하학적 도형을 이용해 화면을 조합하고, 비슷한 구조로 이뤄진 패턴을 서로 다른 색으로 대조한다. 중첩 요소에서 색상의 명암 관계를 이용하여 구조가 유사한 패턴의 경계부를 처리하여 대비하는 효과를 갖는다.

다섯째, 반복 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분석한 결과다. 왜곡 요소에서 반복되는 스타일링을 다른 효과로 비틀어 새로운 전체를 만들어낸다. 분할 요소에서 색이 비슷한 패턴을 분할하여 조형에서 차별성을 나타낸다. 해산 요소에서 중복되는 요소를 화면으로 가득 채워 풍부한 화면 효과를 낸다. 결손 요소 하에서 반복적인 패턴을 이용하여 결손 처리를 행함으로써, 각각의 패턴은 같은 곳에서 다르게 구현된다. 중첩 요소 아래에서 동일한 요소를 복사하여 배열 중첩함으로써 화면 전체를 채우는 효과가 있다.

여섯째, 여백 요소 중 Memphis 디자인 광고 사례를 분석한 결과다. 왜곡 요소에는 패턴 왜곡을 패딩하고 다른 위치는 처리하지 않고 여백 공간을 만들어준다.

분할 요소에서 서로 다른 요소를 조합하여 하나의 전체로 분할하고, 가운데 여백 부분을 남겨 화면 리듬을 균형 있게 한다. 해산 요소 아래 주체물을 중심으로 점, 선, 면의 요소를 분산시켜 화면을 장식하고, 배경의 여백 부분은 주체물을 돋보이게 한다. 결손 요소에서 여백을 사용하면 결손패턴의 독특함을 구현할 수 있다. 중첩 요소에 여백을 적용하여 중첩된 패턴의 특징성을 직관적으로 부각시킨다.

위의 분석을 통해 서로 다른 조형의 유희적 요소와 레이아웃을 분석한 결과 Memphis 디자인 광고사례의 유형별 특성을 통해서 Memphis 디자인의 유희적 요소는 레이아웃에 대해 다양하고 유연하며 자유로운 것으로 나타났다. 화면 처리는 고정관념의 설정을 깨고 채도가 높은 색상, 서로 다른 벡터화된 그래픽, 다양한 선과 명암 강조 등을 활용하여 색채의 개성화, 조형의 키치(kitch)화, 대담한 기하학적 형태의 레이아웃으로 눈길을 끌면서 독특한 디자인을 보여준다.

#### 4. 결론

Memphis 디자인의 유희적 이념은 모더니즘에 대한 대립이자, 모더니즘의 가능성, 과학성에 대한 감성적 와해이다. 이러한 Memphis 디자인 사유의 반성적, 개방적, 인문적인 특징은 광고 디자인 분야에 깊은 영향을 미쳤다. Memphis 디자인 스타일의 반발적인 특징 가운데, Memphis 디자인 유희적 요소 '색채, 패턴, 재질' 등은 모더니즘의 단조로운 침묵을 깬고, 디자인에 감성적 사고를 더하는 방식을 통해 고유의 디자인 패턴을 타파하여 디자인 발전에 새로운 영감을 불어넣었다. 개방적인 특징에 있어, Memphis 디자인의 유희적 요소는 장식예술, 팝아트 예술 등의 디자인 이념과 디자인 기법을 흡수했고, 개방적인 태도로 혁신을 추구하여 디자인의 사유(思惟)를 열었다.

본 논문 Memphis “디자인에서 유희적 요소의 광고레이아웃 유형별 사례연구”에서는 광고디자인 레이아웃의 기본원리 균형(Balance), 배열(Alignment), 근접(Proximity), 대비(contrast), 반복(Repetition), 여백(White space)의 여섯 가지로 나누어 적용하고 또한 그 안에서 Memphis의 유희적 디자인 요소 왜곡, 분할, 해산, 결손, 중첩 5개의 사례로 유형별로 사례를 분석하였다. 분석 결과 Memphis 디자인의 가장 큰 특징은 모더니즘적 이성사상에 대한 와해였다. 이는 보다 더 감성적인 디자인을 추구하며, 색채의 개성화, 조형의 키

치(kitch)화, 대담한 기하학적 형태의 디자인을 레이아웃에 표현으로 정신세계에 대한 관심을 더욱 중시한다는 특징을 보여 주었다. 사례 분석에서 Memphis가 디자인한 포스터는 색채 활용이 대담하고 패턴이 풍부하며 구도가 유연한 것으로 나타났다. 시각적인 임팩트가 강하면서도 시청자의 시선을 사로잡는 효과는 당장의 빠른 삶에 활력을 줄 수 있다.

위 서술한 Memphis 디자인의 유희적 이념은, 디자인은 소비자의 정서적 욕구를 충족시킬 수 있어야 하며, 더 나아가 과거의 문화 디자인에 대한 성찰을 통해 혁신할 수 있어야 하고, 세계 각지의 우수한 문화를 포용적으로 바라볼 줄 알아야 한다는 철학을 우리에게 말하고 있다.

Memphis 디자인은 포스트모더니즘의 한 갈래로 디자인 전반에 걸쳐 많은 영향을 주었다. Memphis 디자인의 유희적 요소는 광고 레이아웃 디자인에서 특이한 조형, 밝은 배색, 강렬한 비주얼의 활용으로 독특한 스타일로 나타났다. 이러한 독특한 스타일은 광고 영역에서 다른 작품들과 차별성을 줄 수 있고, 광고 제품의 문화적 특성을 강화해 더 많은 소비자의 사랑을 받고 있다. 표현된 형태에 있어, Memphis 디자인은 도형의 무질서, 색상의 함의성, 조형의 다양화, 재료의 다원화된 디자인 기법을 추구한다. 다원화된 오늘날의 사회환경에서, 광고 디자인은 단순 광고 메시지를 전달하는 역할만을 수행해서는 안 된다. 오늘날의 광고 디자인 표현은 형식에 외해적 법칙에 부합하는 그래픽으로 적합한 Memphis 디자인의 색채의 개성화, 조형의 키치(kitch)화, 대담한 기하학적 형태를 광고디자인 레이아웃에 적용하였다. 이러한 Memphis 디자인의 유희적 철학을 디자인 마인드로 광고 디자인을 창조하여 현대예술과 디자인 발전에 심 없이 표현의 경계를 확장시켜 나가야 할 것이다.

#### 참고문헌

1. 许巍, 现代十大设计理念: 孟菲斯设计, 江苏美术出版社, 2001.
2. 唐霖, 解构与批判: 孟菲斯设计思想研究,, 中国商业出版社, 2018.
3. 胡卫军, 版面设计从入门到精通, 人民邮电出版社, 2017.
4. 최정화 노혜신, Memphis 디자인을 응용한

- 실내조명등 표현 연구-에토레 소트사스 작품 중심으로, 디지털융복합연, 2021, Vol.19, No.2
5. 지상현, 모더니즘-해체주의 척도의 디자인 양식기술 가능성, 한국디자인학회, 2011, Vol.24, No.2
  6. 전기순, 광고표현의 형(形)디자인 관여도에 따른 레이아웃의 차이에 관한연구, 한국광고학회, 2012, Vol.23, No.2
  7. 吕晴, 结构主义特征在海报设计的体现, 设计, 2012, Vol.10
  8. 이승연,, Memphis그룹의 패턴디자인 연구, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원, 석사학위논문, 2018.
  9. 서경숙, Memphis 디자인의(Memphis Style)의 coffeeset 개발에 관한 연구, 이화여자대학교 산업미술대학원, 석사학위논문, 1993.
  10. 최동은, Memphis(Memphis) 디자인에 나타나는 색채특성 연구, 이화여자대학교, 석사학위논문, 2020.
  11. 林玠里, 記憶台灣-解構主義應用於文字造型之海報創作, 國立台灣師範大學, 2015.
  12. 罗贝琪, “孟菲斯”的解构设计对包装设计的影响与研究, 广州美术学院, 2019.