ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 통권 33호, 2024. Vol.9 No.4

구성주의 포스터에서 발현되는 낯설음의 그래픽 해석

Graphic interprettation of unfamiliarity in constructivist posters

주 저 자 : 진 신 (jin, sin) 동의대학교 디자인조형학과 석사과정

교 신 저 자 : 양재범 (Yang, Jae Bum) 동의대학교 디자인조형학과 교수
jbyang@deu.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.4.263

접수일 2024. 11. 24. / 심사완료일 2024. 12. 13. / 게재확정일 2024. 12. 16. / 게재일 2024. 12. 30.

Abstract

Structuralism is an influential art and design movement that emerged before and after the October Revolution in Russia, marking the beginning of modern design in the 20th century. Russian literary theorist Viktor Borisovich Hikrovsky believes that "strangeness" is the process of updating ideas, breaking away from conventions, and discovering novelty in familiar things. Using creative methods to make objects unfamiliar. Therefore, this study examined the relationship between perception in the form of Russian constructivism and 'unfamiliarity'.

Keyword

Constructivism(구성주의), Defamiliarization(낯설게 하기), Unexpectedness(의외성)

요약

러시아 구성주의는 러시아 10월 혁명 전후에 형성 및 발전된 예술 디자인 유파로 이미 100년의 역사를 가지고 있으며, 20세기 세계 현대 디자인의 시작 중 하나이다. 또한, 현대 디자인 운동의 발전에 중대한 영향을 주었다. 현대인이 세상을 이해하는 데 있어, 특이하고 비정상적인 것은 이미지가 있는 곳에 '낯설음'이 있기 때문이다. 예술 창작의 취지는 끊임없이 혁신하고 일상생활에서 익숙한 사물에 대한 '낯선' 표현을 통해 의외성의 감동으로 거듭나도록 시도하는 것이다. 따라서, 본 연구는 러시아 구성주의 형태의 그래픽의 지각과 '낯설음'의 관계를 검토하였다. 또한, 유형별 사례분석을 통하여 구성주의 낯섦의 그래픽 표현은 소비자에게 의외성의 관심을 끌 수 있었다. 구성주의 포스터의 낯설음의 의외성은 구성주의 포스터 디자인 작품에서 파격적이고 새로운 것을 추구하는 대표적인 이미지라고 할 수 있으며, 이러한 표현은 새롭고 낯선 화면을 통해 표현되기 때문에, 이러한 의외성을 활용한 포스터 디자인의 적용 가능성을 탐구할 필요성을 제시한다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적
1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 배경

2-1. 구성주의(Constructivism)
2-2. 낯설게 하기(defamiliarization)
2-3. 의외성(Unexpectedness)

3. 구성주의에 표현되는 낯선 이미지

3-1. 구성주의 포스터
3-2. 낯선 이미지의 광고효과
3-3. 러시아 포스터의 기능에 따른 유형별 분류

4. 구성주의 포스터의 낯선 표현과 사례분석

4-1. 이념 포스터의 사례 유형 분석
4-2. 사회 포스터의 사례 유형 분석
4-3. 문화 포스터의 사례 유형 분석
4-4. 광고 포스터의 사례 유형 분석

5. 사례를 통해 본 낯설음의 힘

5-1. 코드 이탈
5-2. 수사적 표현
5-3. 소격 효과
5-4. 현대 포스터에서 나타나는 구성주의 표현

6. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경과 목적

구조주의는 세계 현대 디자인의 역사에서 중요한 역사적 위치를 차지하고 있다. 특히, 러시아 구성주의는 근대 서양미술(모더니즘)과 독일 바우하우스에 중요한 영향을 미쳤다.

말레비치는 '지상주의(至上主义)' 구성을 통해 열린 기하학적 형태를 기반으로 한 새로운 그래픽 언어를 도입하고 새로운 그래픽 규칙을 구축하며, 보편적인 진리(universal truth)와 정신적 질서(spiritual order)를 전달할 수 있는 표현 방식을 찾으려고 노력했다. 구성주의 그래픽 디자인은 객관적인 법칙과 보편적 가치에 기초한 형태를 이상적인 모델로 삼아, 독창성과 구체적인 미적 가치를 지닌 기하학적 언어, 색상 및 형태 표현을 확립한다. 한편, 광고 표현 방법에 대한 새로운 접근 방식으로 '낯설게 하기'는 의외성 형태의 생성 메커니즘을 통해, 그래픽 디자이너들은 형태를 발전시켰다. 구조주의 포스터의 낯섦과 그래픽의 의외성을 사례를 통해 둘 사이의 관계를 연구한다. 1990년대 러시아와의 교류가 이루어졌음에도 불구하고, 아직까지 러시아는 시각디자인에 대한 이해가 부족하다. 특히, 낯선 이미지 표현에 대한 연구는 많지 않다. 따라서, 본 연구는 구성주의 포스터와 낯섦 사고와 의외적 표현의 열린 가능성을 살펴보고, 이러한 맥락에서 연구를 시작하였다.

본 연구의 목적은 이러한 맥락에서 광고에 대한 포스터의 광고 표현기술 연구에 대한 새로운 관점과 이론적 근거를 제공하고, 러시아 구성주의 포스터의 '낯설음' 기술의 활용 현황과 기술 유형을 분석하는 것이다. 현재 시장의 포스터 디자인 스타일에는 분명한 동질성 경향이 있다. 따라서, 특정 사회 환경과 통일된 스타일 포스터의 반복적인 시각적 자극 하에서 구성주의 포스터의 낯선 그래픽 특성을 탐구할 필요가 있다. 이러한 종류의 연구는 구성주의 포스터 뒤에 숨은 그 시대 아방가르드의 이념적 맥락을 깊이 분석하는 데 도움이 될 수 있다. 광고 커뮤니케이션에서 구성주의 포스터 사례의 유형학적 분석을 통해, '낯설음'의 의미를 표현하는 방식을 탐색하고 결론을 도출하며, '낯설음'의 표현을 효과적으로 활용하여 광고 디자인의 독특함과 홍보 효과를 높일 수 있는 방법을 모색한다.

1-2. 연구 범위와 방법

본 연구의 연구 범위는 구성주의 포스터의 낯선 특성, 그리고 이러한 낯선 특성이 소비자의 주의력에 미치는 영향을 탐구하는 데 중점을 둔다. 구성주의는 러시아에서 가장 대표적인 예술 장르 중 하나로 무대미술, 건축디자인, 가구디자인, 그래픽 디자인, 영화, 연극 등 광범위한 분야가 포함되어 있을 뿐만 아니라, 그의 영향력 또한 크다. 본 연구는 러시아 구성주의 포스터를 연구 배경으로 하여, 구성주의 포스터의 낯선 특성을 분석하고 낯설게 하기(defamiliarization)를 끌어들이는 관점에서 구성주의 포스터의 의외성이 포스터 디자인에 미치는 다양한 가능성에 대해 논의하며, 이 과정에서 구성주의 포스터의 디자인 아이디어와 방법에 대해 심도 있게 논의하고자 한다. 따라서, 본 연구의 배경과 목적에서 출발한 연구 문제를 정리해 보면 다음과 같다.

[표 1] 연구문제1

연구문제1
구성주의 속에 낯설게 하기 및 의외성의 개념의 관계를 지울 수 있는가?
연구문제2
구성주의 포스터 특징은 어떤 것이 있는가?
연구문제3
구성주의 포스터에 낯설게 하기의 특징이 녹아든 구체적인 사례는 무엇이 있는가?

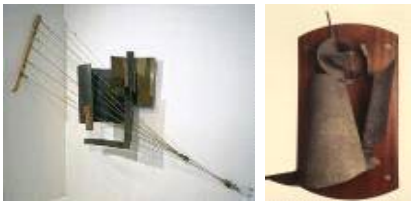
연구 범위는 광고에서 나타나는 러시아 구성주의 특성을 분석하고 유형별 분류를 통해, 그 특징을 활용하는 것이다.

이에 본 연구에서는 연구 프레임 워크와 일정을 수립한 후, 관련 기초자료를 수집 및 정리하고 분석 과정에서 얻은 내용을 중심으로 심층적인 연구를 진행하였다. 구성주의 포스터에 나타난 '낯선 그래픽'의 특징을 정식으로 분석하기에 앞서, 구성주의 포스터의 디자인 특성과 의외성을 문헌연구를 통해 구체적으로 살펴보고, 현대 디자인에의 적용 방법을 탐색하였다. 동시에, 구체적인 구성주의 포스터 사례를 바탕으로, 분류 및 분석 연구가 진행되었다. 본 연구는 구성주의 포스터에 나타나는 '낯선 그래픽'의 표현에 대해 포괄적이고 심도 있는 논의와 분석을 진행하며, 구체적인 사례의 분석을 통해 현대 포스터 디자인에 보다 혁신적인 영감과 창의적인 방법을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 이론적 배경

2-1. 구성주의(Constructivism)

구성주의란 러시아 10월 혁명 후, 1918년에서 약 19년간에 전개되었던 혁명적 조형 운동이다. 구성주의는 창시자인 타틀린이 1913년에 시작한 철판이나 목편에 의한 부조를 '구성'이라고 부른 것이 발단으로 시작되었다.



[그림 1] 구석에 있는 반부조(완쪽) 회화부조(오른쪽)[1)]

구성주의는 원초적 대상에 대한 재현을 일체 거부하고, 기본적인 모습으로 환원된 조형 요소의 조합으로써 작품을 구성하려 하였다. 따라서, 본질적인 조형 요소를 중요시하여 장식을 부정하는 방향으로 나아가게 되었다. 구성주의 디자이너 예술가들은 새로운 사회건설에 예술을 가지고 참가하려 했고, 이는 건축에 있어서는 기능주의로, 조각 및 회화에 있어서는 기하학적 추상주의로 이어진다. 대표적 인물은 타틀린, 로드첸코, 말레비치, 포포바, 나움가보, 리시츠키, 클라운 등이 있다.

[그림 2] 타틀린의 제3인터내셔널 기념탑 (1919)[2)]

특히, 구성주의 미술운동은 시간과 공간을 구성원리의 중점으로 한 조형 원칙에 철저히 논리적이고 합리적이었다. 그리고, 비록 짧은 시기의 움직임이었으나 구성주의 작가들이 제창한 조형에 대한 새로운 개념은 현대미술에 직접적이면서도 다양하게 영향을 주었다는 사실만으로도 그 비중이 크다고 할 수 있다.

2-2. 낯설게 하기(defamiliarization)

'낯설게 하기(defamiliarization)'는 '낯설다(defamiliar)'와 '화(ization)'의 두 부분으로 구성된다. '낯설다'는 친숙한 사물을 낯선 상태로 바꾸는 것을 의미하고, '화'는 과정이나 행동을 의미한다. 따라서, '낯설게 하기'란 단어 전체의 의미는 익숙한 사물을 어떤 식으로든 낯선 상태로 변화시켜, 사람들이 다시 느끼도록 하는 것으로 이해될 수 있다. '낯설게 하기'란 러시아 구성주의자인 슈클로프스키가 제안한 개념이다. 우리가 당연하게 알고 있는 현실을 새롭게 보거나, 변형 혹은 재구성, 재창조하기 위해 익숙한 것을 익숙하지 않게 하는 것을 의미한다.[3)] 슈클로프스키는 형식의 미를 예술의 특성으로 보았고 일상적이고 친숙한 형식을 신선하고 일탈적인 형식으로 보여줌으로써, 예술의 가치가 실현될 수 있다고 주장했다. 슈클로프스키는 <러시아 형식주의 문학의 이론>에서 예술의 본질을 다음과 같이 서술했다. "삶의 감각을 다시 갖기 위하여, 대상들을 느끼기 위하여, 돌이 정말로 돌이라는 것을 느끼기 위해 우리가 예술이라 부르는 것이 존재하는 것이다. 예술의 목적은 대상의 감각을 인식으로서가 아니라, 시각으로서 부여하는 것이다. 예술의 기법이란 대상들을 낯설게 하는 기법이며, 그 형식을 복잡하게 하는 기법이고, 지각의 어려움과 지속을 증가시키는 기법이다. 예술에 있어서 지각의 행위는 그 자체가 목적인 것이며, 오래 끌어야 된다."[4)]

[그림 3] 르네 마그리트, <헤겔의 휴일>[5)]

1) https://huaban.com

2) https://www.baidu.com

3) 신민섭, "'낯설게 하기'의 시적 표현 교육 연구", 서울대학교 대학원 국어교육과 석사학위논문, 2008, 요약, p.i.

4) 츠베탕 토도르프 엮음, 김치수 옮김, 러시아 형식주의 문학의 이론. 이화여자대학교 출판부, 1997, p.87.

5) https://jmagazine.joins.com/forbes

[그림 1]을 보면, 사람들로 하여금 "희한하네..."라는 느낌이 들도록 하는 것을 목표로 한다. 낯설게 하기와 데페이즈망에 대해 김은영은 <르네마그리트와 회화적 재현에 관한 연구>에서 다음과 같이 이야기한다. 러시아 형식주의자들에 따르면, 사람들은 친숙한 사물엔 주목하지 않는다고 한다. 이런 것들은 무의식 중에 흘러가버리는 '죽은' 사물이다. 죽은 사물을 되살리는 길은 예술로서 가능하다. 예술은 사물의 참모습을 드러냄으로써, 망각된 존재를 일깨워준다. 사물은 '낯설게 하기'를 통해 사람들의 주목을 끈다.

2-3. 의외성(Unexpectedness)

사람들은 예상치 못한 뜻밖의 정보에 노출됐을 때 관심을 보인다. 오늘날과 같이 정보의 홍수에 따른 시각적 체험의 영역이 확대된 상황에서 관심과 기억 효과의 측면에서 의외성은 더욱 효과적이고 설득력 있는 방법이며, 광고 이미지 커뮤니케이션을 효과적으로 수행하기 위한 차별화 요소로서 창의적이며 신선한 표현이 될 수 있다. 또한, 디자인에 있어서 의외성은 디자인 과정에서 새로운 형태나 해석을 가능케 하는데 있어, 중요한 역할을 하는 것으로 알려져 있다. 이 과정에서 의외적으로 발견되는 새로운 형태는 광고 디자인 과정 전반에 걸쳐 영향을 끼치게 된다. 따라서, 이러한 의외성 이론은 인간의 창조적 행위를 설명할 수 있는 중요한 단서 중 하나로써 인식되고 있다. 광고 디자인 사고과정에서 이러한 의외적인 특징은 새로운 형태를 만들어 내는 매개체가 된다. 이러한 눈길을 사로잡는 메세지의 법칙으로 의외성 표현은 그동안 주로 광고에서 'Visual Scandal', 'Visual Shock' Visual Impact' 등의 개념으로서 빈번하게 연구되고 활용되어 왔으나, 러시아 구성주의의 디자인 요소와 관련해서는 연구가 거의 전무한 실정이다.

[그림 4] 의외성(의 표현 광고 <카라카셰프, 용을 죽이자> 포스터 (1988),<황금시대: 발레> (1982[6])

6) A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년.

[그림 4]와 같이 보는 이의 호기심을 자극해야 한다. 또한, 기존의 상식을 파괴해야 한다. 전하고자 하는 핵심 메시지에는 어떤 의외성이 있고, 어째서 그런 점이 지금껏 드러나지 않았는지 생각해 봐야 한다. 독자의 예상을 깨뜨릴 수 있는 새로운 추측 기제를 구축할 수 있어야 효과가 있다. 의외성의 원리는 청중의 원래 인식이 아니라, 디자인을 통해 사물의 원래 모습을 변화시켜 사람들의 감정을 다시 불러일으킬 수 있음을 알 수 있다. 요약하면, 구성주의와 의외성 사이에는 강한 상관관계가 있으며, 생소한 방법의 확장은 시각적 인식을 기반으로 해야 하며, 이를 기반으로 시청자의 원래 인식을 변경하여 사물에 대한 사람들의 인식을 다시 자극한다.

3. 구성구의 포스터 특징과 낯설게 하기

3-1. 구성주의 포스터의 특징

3-1-1. 구성주의 포스터의 형식

20세기 초 대공업의 발달로 산업 생산과 광고 디자인이 융합되었다. 이전까지 러시아 예술은 대부분 사실적이었다. 그리고, 구성주의자들은 통치자의 기호에 영합하는 사실적이거나 고전적이거나 로코코적인 예술 형식에서 벗어나, 예술의 혁신과 변혁을 추구하기 위해 추상적인 기하학적 형식을 사용하여 사상을 표현하고 종종 그것을 도형 구조 속에 함축적으로 내재 되어왔다. 따라서, 새로운 예술 운동의 자연스럽고 아름다운 장식 스타일을 몰락시켰고, 포스터 운동은 서비스 산업의 디자인 스타일의 선두 주자가 되었다. 당시 광고 디자인은 아름다운 장식에서 이성적인 추상으로 바뀌었고, 구성주의 작품은 일반적으로 기하학적 모양과 추상적 형식을 채택하여 전통 예술에서 사실적이고 자연스러운 표현 방법을 벗어났다. 물체를 기본적인 기하학적 모양으로 단순화함으로써, 관람객은 예술 작품을 새로운 방식으로 생각하고 이해하도록 강요되기도 하였다.

3-1-2. 구성주의의 색채 특징

색채 면에서, 구성주의 포스터의 색채 사용은 당시의 사회 변혁과 밀접한 관련이 있으며, 사회주의 건설 기간에는 대규모 홍보와 민중의 동원의 요구에 부응하기 위해, 민중의 열정을 자극하고 응집력을 높일 수 있는 색을 선택하는 경향이 있다. 구성주의 포스터는 빨간색과 검은색, 노란색과 파란색과 같은 강렬한 대비와

임팩트 있는 색상 조합을 사용하여, 특정 감정과 정보를 전달한다. 기본 색상으로만 꾸며진 이러한 차가운 모양은 단순해 보이지만 이성적으로 말할 수 없는 힘을 가지고 있다. 구성주의 그래픽 디자인 작품들은 보통 순도가 높은 색을 많이 사용하는데, 그중, 빨강, 검정, 흰, 이렇게 세 가지 색상이 가장 많이 사용되며, 전체적으로 사용되는 색의 종류는 많지 않았다.

[그림 5] 구성주의의 색채 특징을 보여주는 포스터7)

3-1-3. 서체의 특징

구성주의는 20세기 초에 시작되었으며, 그 핵심 이념은 복잡한 사상을 기하학적 형태, 대칭성, 간결한 형태로 표현하고 예술과 사회 및 기술의 결합을 강조하는 것이다. 그래서, 당시 디자이너들은 사회주의 이상을 반영할 수 있는 시각 언어가 시급히 필요했다. 산세리프(San Serif) 글꼴의 출현은 바로 이 요구에 부합했다. 당시 구성주의자들은 포스터에서 봉건적 잔재를 제거하고 미래를 동경하며 사회 변혁을 지지하기 위해, 전통적인 산세리프 글꼴을 광범위하게 사용하였다. 또한, 구성주의 기간 동안 인쇄 기술과 광고 기술의 발전과 간결한 디자인으로 인해, 인쇄 과정에서 산세리프 글꼴의 복제 및 보급이 더 쉬운 응용 프로그램이 더 대중화되었다. 20세기의 불안정한 사회적 배경에서 구성주의 포스터는 정치, 사회, 상업적인 정보를 전달하기 위해 사용되며 종종 사진 및 삽화 등의 소재와 결합되며, 복잡한 색상과 구도를 배경으로 San Serif 글꼴은 간결성과 가독성을 가지고 있어 정보 전달이 보다 직접적이고 효율적이며, 구성주의 포스터에 보다 명확한 시각적 전달 효과를 제공하였다.

전체 시대별 러시아 구성주의 형식의 포스터에 사용된 여러 유형의 서체 중 가장 많이 사용된 타이포스타일은 산세리프체 Helevtica로 정치, 사회, 문화, 광고 포스터에서 많이 나타났다.8)

[그림 6] 산세리프 (Helvetica)의 표현 광고서체9)

3-1-4. 레이아웃의 특징

구성주의 포스터는 레이아웃의 특징을 뚜렷하게 보여준다. 전체 레이아웃의 색상은 일반적으로 4가지 색상을 초과하지 않지만, 레이아웃, 글꼴, 공간 및 색상 간의 상호 작용을 통해 전체 시각적 충격, 두드러진 대비, 명확한 순위는 관객에게 정치 혁명과 사회생활에 대한 구성주의의 열정을 충분히 보여주고 있다.

3-2. 구성주의에 표현되는 낯설게 하기

3-2-1. 코드의 이탈

'코드'란 동일한 사회와 문화 속에서 공유하는 지배적인 관념이다. 누구나 당연하다고 생각하는 가치이며 관습화되어 있기 때문에, 텍스트에 투명하게 반영되어 있으나 겉으로 드러나진 않는다. 코드는 시대와 맥락이 반영되어 있기 때문에, 통시적 측면에서 설명되는 반면, 구조주의 언어학의 출발점이라고 할 수 있는 '랑그'와 '파롤'의 관계는 공시적 측면에서 설명된다. 발화자의 환경과 그 사회의 맥락을 분리하여, '랑그'라는 언어 구조에 발화자 자신의 개별적이고 무한한 '파롤'을 통해서 의미를 전달하는 것이다. '랑그'와 '파롤'의 관계는 체계의 규칙이라고 할 수 있는 '코드'와 그것이 전달하는 '메시지'의 관계와 유사하다고 말할 수 있다.10)

3-2-2. 수사적 표현

7) A.F.슈클랴루크,[포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년. https://logikaprogressa.com

8) 김경옥 , 20세기 구(舊)러시아 포스터 그래픽 표현 특성에 관한 연구 – 슬로건과 타이포그래피 중심으로 , 건국대학교 박사 학위 논문 , 2017 , p.284.

9) https://www.163.com

10) 서소미, 낯설음이 발현되는 그래픽 디자인의 텍스트 해석 한국디자인심리학회, p.157.

슈클로프스키는 “시적 언어란 난해하고, 모호하며, 장애물로 가득찬 언어다.”라고 시적 언어가 낯선 언어임을 말하고 있는데, 일반적인 언어를 시적 언어로 변환시키는 수사법 또한 ‘낯설게 하기’의 방법이라 할 수 있다. 박성창의 「수사학」에 따르면, 고대의 수사학은 설득을 목표로 연구되었지만, 르네상스 이후 수사학은 미학적이고 문학적인 기능 속에서 시학에 종속되는 경향을 보이며, 표현술로 범위가 줄어들었다고 한다.[11]

3-2-3. 소격효과

베르톨트 브레히트는 ‘낯설게 하기’의 방법으로 ‘소격효과’를 주장하였는데, 소격효과란 연극을 관람하는 관객과 배우와의 심리적 거리를 지칭한다. 브레히트의 연극에서는 배우의 의상, 대사 그리고 무대장치를 낯설게 만들어 관객이 배우의 연기에 몰입하는 것을 방해하였다. 브레히트는 ‘소격효과’를 통해서 관객들이 연극은 현실과 거리가 있는 환상에 불과한 것이라는 사실을 깨닫고 비판적 사고를 가질 수 있도록 유도하였다.[12]

3-2-4. 낯설음의 그래픽 해석을 위한 분석도구

러시아 구성주의의 낯설게 하기 표현기법이 다양한 연출 방식으로 여러 분야에서 사용되었다. 따라서, 러시아 구성주의의 낯설게 하는 표현사례를 분석함으로써, ‘낯설게 하기’ 표현의 메커니즘을 밝히는 것은 광고 아이디어 표현의 확장 측면에서 매우 중요한 역할을 한다는 것을 보여준다. 본 연구에서는 앞에서 논의한 구성주의 포스터의 특징과 낯설게 하기 포스터에 대해 [표 2]의 분석틀을 제작하여, 다양한 유형의 사례 연구를 분석하고자 한다.

[표 2] 구성주의 포스터 사례 분석 도구

구성주의 포스터 사례 분석			
포스터 사례	이름 :		
	서체 :		
	색채 :		
	레이아웃 :		
	이미지 :		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과

11) 위의 책, p.157.

12) 위의 책, p.157.

3-3. 러시아 포스터의 기능에 따른 유형별 분류

포스터는 기능과 목적에 따라, 포스터의 종류가 분류되는 것처럼 러시아 포스터 또한 러시아 사회에 유통된 그 기능에 따라, 크게 정치적 이념을 홍보하는 이념 포스터, 사회 활동을 주제로 한 사회 포스터, 문화예술에 관련되는 문화 포스터, 상업 활동에 관련되는 광고 포스터, 4가지 종류로 구분된다.

3-3-1. 이념 포스터

이념 포스터는 어떤 개인이나 사회 집단이 인간, 자연, 사회에 대해 규정짓는 추상적이면서도 이념적인 의식 이데올로기를 나타내는 것으로, 러시아의 정치적 홍보의 내용과 공산주의 이념과 관련된 내용으로 제작하여 유포된 포스터를 말한다. 러시아 포스터에서 이념 포스터의 내용은 전쟁 포스터, 혁명 포스터, 정치 포스터, 영웅 포스터, 개념 포스터 등이 있다.

[그림 7] 이념 포스터 사례 어머니(1941), 조국의 호출, 방어 모스크바! (1941)[13]

[그림 8] 이념 포스터 사례 레닌(1917), 내부의 풍부한 내용 (1985)[14]

13) https://gallerix.asia/

14) (좌)https://www.reddit.com/
(우)https://www.corriere.it

3-3-2. 사회 포스터

사회 포스터는 일반적으로 공공 캠페인 포스터 또는 공익성 포스터 등 사회 포스터(Social poster)를 의미한다. 그 종류는 매우 다양하며, 사회생활의 여러 측면을 포괄하고 있으며, 각종 예술적 표현기법을 통해 효과적으로 사회정보를 전달하고, 사회 행동을 유도하며, 사회발전을 촉진하는 중요한 사회적 의의와 가치를 가지고 있다. 정부 기관이나 공익 집단에서 사회공공의 이익과 국민에 대한 계몽의 수단으로 사용하며, 목적에 따라 대중을 설득하거나 통일된 행위를 유도한다. 이와 같이, 사회 포스터는 이해와 설득 그리고 직접적인 감정에 의한 행동을 불러일으키기도 했다. 사회 포스터는 여러 방면에서 중요한 역할을 했다. 그것은 홍보 도구일 뿐만 아니라 문화 교육의 매개체이며 사회적 동원의 촉매제이며 예술 혁신과 역사적 기록의 증거다.

[그림 9] 사회 포스터 사례-단련된 건강한 청소년을 위한(1928), 내부의 풍부한 내용 (1985)[15]

3-3-3. 문화 포스터

문화 포스터는 문화 보급과 예술전시에서 중요한 의미를 갖는다. 문화 포스터는 고지적 기능을 지니고 문화 행사의 정보를 알리기 위한 목적으로 제작되며, 일반적인 것이 아니라, 오페라, 음악, 연극, 영화, 박람회 등 문화 전반에 관한 포스터다. 이는 사회적 기능에 따른 분류로 행사에 관한 정보를 알리는 것으로 표현되어, 국가의 경제성 그리고 문화 수준과 예술성이 잘 나타내기도 한다. 문화 포스터는 정보를 알리기 위한 포스터로서 관객에게 행사의 일정을 알리고 대중의 흥미를 끌 수 있도록 제작되어야 한다. 문화 포스터는 예술적 표현의 형태일 뿐만 아니라 사회 변화, 문화 정체성 및 이념 보급의 중요한 매개체이다.

15) A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년.

[그림 10] 문화 포스터 사례 나는 하츠 푸시를 보기 위해 서두른다(1920), 전함 포템킨 (1926)[16]

3-3-4. 광고 포스터

러시아에서 처음으로 신문 매체를 통한 인쇄광고가 등장한 것은 18세기 제국 시절이었다. 1880년대 초 러시아에서 상업광고 포스터가 나타나기 시작했으며, 1900년대 초의 러시아는 산업화의 추진으로 인해 급변하였다. 트램카와 둥근기둥에 부착하는 배치 포스터와 그래픽 아트 포스터는 특별한 유형으로, 19세기 하반기부터 존재했다. 광고 포스터는 식품 및 생활용품 등에 관한 내용의 포스터와 국영기업을 광고 하는 내용의 포스터로 분류할 수 있다. 소비자와 상품과의 연결 수단으로 다양한 내용과 움직이는 정보전달 매체의 기능 때문에, 소비자로 하여금 구매 의욕을 일으키게 함과 동시에 판매를 촉진시켜 경제 유통 질서를 원활히 하는 요소로 사용된다.

[그림 11] 광고 포스터 사례 국영출판사(1925), 블라디미르 마야콥스키, 알렉산드르 로드첸코, 모셀프롬 포스터 '식탁용 기름', 진짜 러시아 오드 (1923[17])

16) https://uk.wikipedia.org/wiki

17) https://kr.pinterest.com

4. 구성주의 포스터의 낯선표현과 사례분석

4-1. 이념 포스터의 사례 유형 분석

이념 포스터는 이데올로기를 표현하는 포스터로, 20세기 러시아에서 당시 정치 선동 내용과 공산주의 이념에 관한 내용으로, 전쟁, 혁명, 정치, 영웅, 등을 담고 있다. 구성주의 포스터가 정치적 내용과 밀접한 관련이 있는 주된 이유 중 하나이기도 하다.

[표 3] 이념 포스터의 사례 유형 분석

이념 포스터 사례			
	쿠스토티예프 B프리 론 (1917)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 옐로우, 레드, 블랙		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 병사, 무기, 깃발, 군중		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	볼셰비키당 (1918)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 옐로우, 레드, 블랙		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 군인, 손, 무기, 도시		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	프롤레타리아 승마 스포츠 (1919)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 옐로우, 레드, 블랙		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 병사, 깃발, 말, 직사각형		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	대기 1 스탈린 (1939)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 교차식 구도		
	이미지 : 혁명가, 깃발, 도시, 무기		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	콘스탄틴이바노프 (1953)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 옐로우, 레드, 블랙, 흰색		
	레이아웃 : 책, 여자, 어린이, 깃발		
	이미지 : 국중식 구도		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	

사진출처 : A.F.슈클랴루크,[포스터600장],접촉문화,2004년.

4-2. 사회 포스터의 사례 유형 분석

사회 포스터는 정부기관 또는 공익집단과 국민에 대한 계몽의 수단으로서 광고라는 설득을 통하여 사회문제에 초점을 맞추고 국민들의 태도를 공공의 이익을 지향하는 모습으로 변화시키는 것을 목적으로 한다.

[표 4] 사회 포스터의 사례 유형 분석

사회 포스터 사례			
	해방된 여성, 사회주의 건설 (1926)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 편심식 구도		
	이미지 : 여성, 총기, 깃발		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	레닌의 전화 (1924)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 흰색, 옐로우		
	레이아웃 : 경사식 구도		
	이미지 : 건축, 민중, 도구		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	5개년 계획 3년째 되는 해 (1930)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 반복 구조		
	이미지 : 노동자, 도구		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	모스크바 지갑 공식 포스터 (1980)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 레드, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 올림픽 오륜기, 건축		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	미국인들은 모두 우리에게 승리를 위해 싸우라고 한다 (1943)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 옐로우, 그린, 블루, 레드		
	레이아웃 : 경사식 구도		
	이미지 : 손, 모자, 성조기 옷		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	

사진 출처 : A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년. https://huaban.com/

4-3. 문화 포스터의 사례 유형 분석

문화 포스터는 알림 기능을 가지고 문화 행사에 대한 정보를 알리기 위해 제작된 것으로, 문화 전반에 대한 내용이다. 보통, 오페라, 음악, 연극, 영화, 박람회 등 문화 전반에 관한 포스터를 말한다. 국가의 경제성과 문화 수준, 예술성을 잘 보여준다.

[표 5] 문화 포스터의 사례 유형 분석

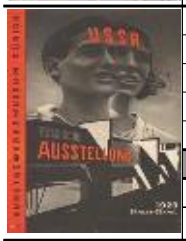
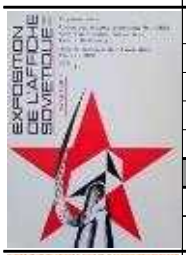
문화 포스터 사례			
	FC 마야파보타프 블라디미파 (1931)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 좌우 구도		
	이미지 : 인물, 기하학적 형상		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	취리히 전람회 포스터 (1929)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 변이식 구도		
	이미지 : 배우, 건축		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	소련 예술가 연합회 (1974)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 망치, 오각별		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	아메리칸 그래피티 (1974)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 주황색, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 인물, 식당, 음식, 도로		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	십일나한 영화 포스터 (2024)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 경사식 구도		
	이미지 : 실루엣, 숫자, 난간		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●

사진 출처 : A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년. https://huaban.com/

4-4. 광고 포스터의 사례 유형 분석

광고 포스터는 식품 및 생활용품 등에 관한 내용의 포스터와 국영기업을 광고하는 내용의 포스터로 분류할 수 있다. 소비자와 상품과의 연결 수단으로 다양한 내용과 움직이는 정보 전달 매체의 기능 때문에, 소비자의 구매욕구 촉진.

[표 6] 광고 포스터의 사례 유형 분석

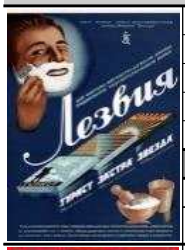
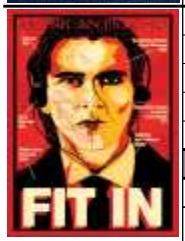
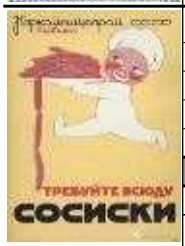
광고 포스터 사례			
	면도 칼날 (1948)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 남색, 주황색, 흰색		
	레이아웃 : 경사식 구도		
	이미지 : 인물, 면도기, 거품		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	사이코패스 포스터 (2000)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 옐로우, 레드, 블랙		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 머리 이어폰 정장		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	소련 치약 광고 포스터 (1929)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 옐로우, 그린, 주황색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 인물, 껌, 손		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	각지에서 소시지가 필요하다 (1937)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 레드, 옐로우, 흰색, 블랙		
	레이아웃 : 편심식 구도		
	이미지 : 캐릭터, 소시지		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	철갑상어 캐비어 (1952)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 남색, 주황색, 흰색, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 철갑상어, 캐비어, 연무		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	

사진 출처 : A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년. https://huaban.com

5. 사례를 통해 본 낯설음의 힘

5-1. 코드 이탈

디자인 분야에서 작품의 코딩 및 디코딩은 디자인 작품의 정보 전달 및 청중 이해 과정을 포함하는 매우 중요한 개념이다. 그래픽 언어는 구조와 기능 면에서 언어와 유사하며, 모두 인코딩, 디코딩 및 메시지 전달의 특성을 가지고 있다. 카시엘은 저서 「언어와 신화」에서 "그래픽 창작하는 과정은 그래픽 코딩의 과정이다."라고 하였다.

낯선 아름다움의 관점에서 보면, 잘 알려진 것들은 제대로 이해되지 않는 경우가 많고, 가장 많은 관심을 끄는 것은 낯선 상태에 있는 미지의 것과 궁금해하는 것을 겸비한 것이라는 것을 알 수 있다. 따라서, 구성주의 포스터 디자인은 종종 현실의 평범한 사물을 예술적으로 변형 및 승화시켜, 작품은 현실을 뛰어넘는 신비한 아름다움으로 만들고 작품의 시각적 효과와 표현력을 향상시키며, 관객이 평범한 사물이나 인물에 대해 깊이 생각하도록 안내한다. 디자인에서 발견한 코드의 이탈을 통해 '낯설음'이 가치 있는 것은 시대적 맥락과 동떨어져 주목도를 높였을 뿐 아니라, 새로운 시각의 낯선 디자인을 통해 포스터 디자인의 미학을 높이고, 그래픽 디자인이 광고가 가진 메시지를 전달하고 완성도를 높이는 중요한 요소라는 점을 대중에게 인식시키는 계기를 마련했다.

[그림 12] 블랙스완 영화 포스터, LaBoca (2010) [18]

[그림 12] 상업용 포스터는 2010년 영화 '블랙스완'의 포스터다. 이 포스터는 장식 예술에서 영감을 받아 다른 상업 포스터의 구상 디자인과 구별되며, 1920년대의 영화 인쇄 스타일로 돌아간다. 이 중, 왼쪽 포스터는 관객들에게 친숙한 사진 형식으로 블랙스완을 구현한 영화 주제가 아니다. 심플한 그래픽 요소로 생동감 있는 블랙스완의 이미지를 형성하고, 여성스러운 실루엣이 블랙스완의 몸 부분에 절묘하게 표현되어 있으며, 목 부분의 우아한 곡선과 머리의 강렬한 실루엣이 포스터 전체의 시각적 초점이 되며, 벗어난 추상적 그래픽을 통해 포스터의 사상적 취지를 구현한다. 포스터 속 블랙스완은 주인공 '나탈리 포트먼'의 정체성뿐만 아니라, 화이트스완과 블랙스완의 두 인격 사이에서 갈등하는 모습을 보여주며, 극이 진행될수록 블랙스완이 상징하는 타락과 내면의 어두운 힘에 의해 주인공이 점철되고 있음을 보여준다. 블랙스완의 몸 부분은 붉은색과 검은색의 선이 교차되어 강한 역동성을 보여주며, 이러한 선은 흔들리는 감정과 같으며 주인공의 내면의 혼란과 갈등을 표현한다. 색상은 주로 검은색, 빨간색 및 흰색이며, 검은색은 신비, 타락 및 억압을 상징하며, 주인공이 '블랙스완'에 의해 삼켜지는 심리 상태를 나타낸다. 빨간색은 열정과 위험 및 파멸을 보여주며, 주인공의 내면의 강렬한 감정적 충돌과 최후의 비극적 결말을 암시한다. 흰색은 순수함과 초기 이상형을 상징한다. 색채의 대비는 강렬한 시각적 충격을 전달함과 동시에, 순수함과 타락 및 열정과 파멸이라는 주제의 모순을 드러낸다. '블랙스완'의 포스터는 구성주의적이고 간결하면서도 은유적인 디자인으로, 영화의 핵심 주제인 인격의 대립과 심리적 붕괴를 완벽하게 표현하고 있다.

5-2. 수사적 표현

수사의 탄생의 근원은 매개체와의 상호보완적인 관계를 결정하고, 수사는 미디어를 통해 의도를 전파하고, 매개체도 수사로 인해 존재 의미와 가치를 더하게 된다. 루돌프 아른하임은 「예술과 시각」이라는 책에서 수사를 사람들이 다른 사람을 움직이기 위해 어떤 태도를 형성하거나, 어떤 행동을 취하기 위한 일종의 언어 수단이자 행동의 추진력을 상징하는 수단이라고 정의했다. 수사의 매개체는 주로 언어와 유형 매체이며, 시대가 지속적으로 발전함에 따라, 구조와 최적화된 커뮤니케이션 내용의 중요한 수단으로서 수사는 언어 매체에서 이미지 매체로의 확장을 경험했다.

수사는 언어학에서 언어 표현의 효과를 나타내는 방법이지만, 예술 디자인에서 수사는 일종의 기호 형식으로 존재한다. 그림을 읽는 시대에서 포스터는 정보를 담고 내용을 전달하는 것을 목표로 선과 빛, 그림자, 색을 표현한다. 이데올로기는 구성주의 포스터의 구성

18) https://kr.pinterest.com

요소 중 가장 추상적이고 표현하기 어려운 부분이 되는 경우가 많으며, 포스터 디자인 초기에는 주제 속 물체를 대체하기 위해 추상적 개념을 구현할 수 있는 그래픽 기호를 선택해야 하는 경우가 많다. 추상개념의 시각적 표현은 수사를 통해 의미적 및 합리적 전환을 이룰 수 있으며, 수사의 가장 큰 기능은 설득이므로 이해하기 어려운 추상개념을 표현할 때, 이와 관련된 수사기법을 찾아 사물과 사물의 교체를 실현하고 설득기능을 실현할 수 있다.

평면 광고 그래픽에서 피어스의 '상징 기호'는 종종 그래픽 기호에서 수사 방법의 사용을 설명하는데 사용된다. 피어스는 상징 기호가 '재현체', '대상', '해석 항목'의 세 가지 요소를 가지고 있다고 보았다. 그 중, '재현체'는 소리, 문자, 이미지 등과 같은 기호의 물질적 형태, '대상'은 기호가 나타내는 사물 또는 개념, '해석 항목'은 기호가 인간의 뇌에서 생성하는 의미 또는 해석으로 고정되어 있지 않고, 사람들의 인식과 문화적 배경에 따라 다르다. 스위스의 심리학자 카를 구스타프 융은 분석심리학에서 상징의 개념을 제시한 바 있다. 그는 상징 기호가 인간의 집단적 잠재의식의 표현이며, 개체의식을 뛰어넘는 보편적 의미를 갖는다고 강조했다. 미국의 철학자 수잔 랑에(Langer)는 철학 저서에서 예술과 인간 표현에서 상징 기호의 핵심적 위치를 강조했다. 그녀는 예술을 상징의 한 형태라고 여겼고, 예술 작품의 다양한 요소들(예: 색채, 선, 음표, 언어 등)은 모두 상징으로, 그것들이 조합되어 감정과 사상 및 생명을 전달하는 형태라고 언급했다.

[그림 13] (왼쪽)은 1970년대의 사회 포스터이다. 포스터를 겉으로 보기에는 정보가 많지 않다. 맨 앞에는 키가 작은 여인의 그림자가 있고, 그녀는 허리를 굽혀 집안일을 하고 있는데, 화면 양쪽에 있는 유모차와 큰 자루 안에 약간의 음식과 화물이 들어 있다. 그러나, 수사적 이해를 통해 이 포스터의 시대적 배경과 결합하면, 화면의 또 다른 차원을 읽을 수 있다. 포스터는 한 남성의 손 근육이 부풀어 오르면서, 당시 사회의 젊고 힘센 남성을 상징하는 도미노 한 조각만을 손에 쥐고 있는 것으로 보아, 당시 남성들 사이에 도박과 같은 행위가 유행하고 있었음을 상징하고 있고, 약한 여성의 실루엣은 당시 생활환경이 고달프고 힘들었던 여성을 은유하고 있다. 이 포스터는 크고 작은 강렬한 대비를 통해 당시 사회에서의 양성 간 불평등을 부각시키고 있다. 이런 대비는 색다른 멋을 자아낸다. 그래서, 구성주의 포스터 작품은 수사적 표현을 통해 핵심이념을 보다 형상적이고 내실 있게 전달할 수 있다.

[그림 13] 남자의 힘-여자를 돕다!
A.Rudkovich (1970) , 문화대혁명의 적 (1930)[19]

5-3. 소격 효과

소격효과는 '낯설음'이라고도 하며, 이는 예술적 표현이 현실에 대한 모방이 아니라, 오히려 현실에 대한 의식적인 괴리와 변형으로 사물이 '낯설고 평소와 다른 면'을 보여 인식을 어렵게 하고 호기심, 의혹, 추궁을 일으켜, 관객으로 하여금 기존의 시각과 사물에 대한 고정관념을 깨고 새로움을 느끼게 한다. 일반적인 개념과 다른 이러한 표현 방식은 바로 디자인 언어다. 시각디자인의 역사를 통해 볼 수 있는 포스터 디자인 중, 현재 배경에서 볼 때 낯설게 느껴지는 전쟁 포스터 디자인은 소격 효과를 낼 수 있다. 포스터 디자인에서 신선하고 낯선 모양, 색상 및 구도를 찾고, 디자이너는 낯선 형식을 통해 암유적인 생각을 표현하며, 자신의 생각을 포스터에 표현하고, 흔치 않은 내용을 의미심장하게 만드는 반면, 예술적 기법은 대상을 낯설게 만들어 형식을 어렵게 만들고 감각의 어려움과 시간의 길이를 증가시키며, 감각 과정 자체가 미적 목적이기 때문에 반드시 연장되어야 한다. 시대적 맥락, 표현 형태, 전달 내용이 부정적인 효과를 낳는 세 가지 요인이라고 할 수 있다. 눈에 보이는 대상이 표현하는 것과 받는 사람이 설명하는 관점 사이의 심리적 거리는 낯설음을 형성하며, 소격 효과를 통해 대상에 숨겨진 불합리한 사실을 비판적으로 바라볼 수 있다. 자신에게 친숙했던 어떤 것이 어느날 갑자기 섬뜩하게 다가오는 것이다. 또한, 브레히트가 이야기한 연극에서의 '소격효과'도 관객들로 하여금 생소하고 낯설게 만들기 위한 방법이다.

19) A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004년.

[그림 14] madeincairo, Mohamed Hassaan (2018)[20]

[그림 14]는 모하메드 하산(Mohamed Hassaan)이 만든 작품으로, 익숙한 명소 표지물을 양성 및 음성 형태로 변환하려고 시도했는데, 화면에는 각각 밝은색의 배경 앞에 있는 8개의 유명한 이집트 조각상이 그려져 있다. 한쪽 상단에는 이들의 세부 정보가 적혀 있는데, 익숙한 이미지를 낯선 스타일로 변환함으로써, 시청자가 화면 내용을 감각적으로 해석하는 어려움을 가중시켜 시청 시간을 연장하였다.

5-4. 현대 포스터에서 나타나는 구성주의 표현

오늘날의 디자인에서 어떤 역사적 스타일도 정확하게 모방한 작품을 찾기 어렵다. 많은 경우, 예술가들은 러시아 구성주의 낯설은 스타일의 개별적인 세부 사항만을 사용하거나, 특정 스타일을 채택하고 현대 사상의 정신적 핵심 내에서 자유롭게 해석하며 시각적 보조 수단, 최신 재료 및 기술을 사용하여 결합과 새로운 미학적 가치를 창출한다.[21]

구성주의 이념은 포스터 디자인에서 중요한 역할을 하며, 정보 폭발의 시대에 현대 포스터 디자인은 짧은 시간에 정보를 효과적으로 전달하는 방법에 대한 문제에 직면해 있다. 구성주의 포스터의 낯선 특성을 활용하면 파격적이고 눈에 띄는 시각적 효과를 창출할 수 있으며, 정보의 전달을 더욱 효과적으로 할 수 있다. 현대 포스터 디자인은 종종 다양한 문화적 요소를 통합하고 구성주의의 낯선 특성을 통해 다양한 문화적 맥락에서 공감할 수 있게 한다.

20) https://www.behance.net

21) Svitlana Valeriivna Pryshchenko , Cultural Heritage of A Poster: Communivative and Creative Experience , Creativity studies , 2021, p.29.

[표 7] 현대 포스터 구성주의 표현사례

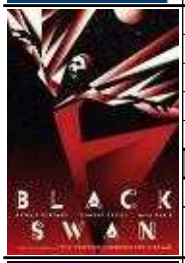
현대 포스터의 구성주의 표현 사례			
	madeincairo (2018)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 레드, 블루, 화이트		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 인면 스핑크스, 피라미드		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	블랙 스완 영화 포스터 (2010)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 레드, 화이트, 블랙		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 댄서, 날개		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	BAFTA후보자 일러스트 (2015)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블루, 화이트, 블랙		
	레이아웃 : 대각선 구도		
	이미지 : 아이, 문, 공간		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	BAFTA후보자 일러스트 (2015)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 레드, 화이트, 블랙		
	레이아웃 : 경사식 구도		
	이미지 : 건물, 날개 달린 사람		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	Akira영화 포스터(1988)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 레드, 회색		
	레이아웃 : 대칭식 구도		
	이미지 : 어린이, 대문, 도로		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	
	제68회 영국 아카데미상영화 포스터 (2015)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 레드, 블루, 옐로우, 블랙		
	레이아웃 : 편심 구도		
	이미지 : 폴라, 인물, 봉투, 트로피		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	

사진 출처 : https://huaban.com

[표 8] 현대 포스터 구성주의의 부분 표현사례

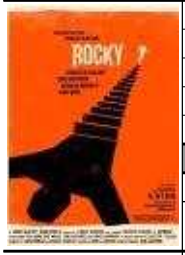
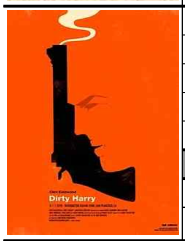
현대 포스터 구성주의 부분 표현 사례			
	일본 무용 (1981)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 블루, 레드, 그린,		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 게이샤, 패션		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	1945년 승리 (1975)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 옐로우, 블랙, 화이트		
	레이아웃 : 대각선 구도		
	이미지 : 포신, 탄알		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	Rocky영화 포스터 (2015)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 주황색, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 대각선 구도		
	이미지 : 실루엣, 계단		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
	●		
	Dirty Harry영화 포스터 (2010)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 주황색, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 총기, 인물, 연기		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	Robocop 영화 포스터 (2014)		
	서체 : 산세리프(Sans Serif)		
	색채 : 블랙, 주황색, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 인물, 기계화 부품		
	낯설게 하기 유형		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
			●
	Brown영화 포스터 (2011)		
	서체 : 세리프(Serif)		
	색채 : 블랙, 주황색, 회색, 흰색		
	레이아웃 : 국중식 구도		
	이미지 : 핸드백, 핸드백, 지폐		
	코드의 이탈	수사적 표현	소격효과
		●	

사진 출처 : https://huaban.com

6. 결론

본 연구에서는 구성주의 포스터에서 발현되는 낯설음의 생소함에 대한 의외성 탐색부터 시작하여, 다수의 러시아 구성주의 포스터 작품에 대한 연구를 통해, 구성주의 포스터의 생소한 특성을 그래픽으로 해석하고자 하였다. 예술 개념으로서 낯설음의 의외성은 광고디자인에서 여러 측면에서 표현되고 홍보되었으며, 구성주의 포스터의 특별한 관행을 여러 측면에서 낯설음의 효과를 열거하였다. 포스터의 유형은 과학 기술의 발전, 인터넷의 대중화, AI 기술의 지속적인 업데이트로 포스터 디자인의 형태는 실제로 동질화되고 있는 환경에서 점차 무감각해지고 있다. 본 연구는 구성주의 포스터의 낯선 특성에 대한 사례분석을 통해, 구성주의 포스터의 낯선 특성을 이론적으로 어떻게 해석하고, 이를 실제에 적용할 수 있는지 제공하고자 하는 것이 본 연구의 최종 목적이다. 이를 위해, 구성주의 낯설음의 그래픽 해석 분석을 실시하였다. 상기와 같은 구성주의 포스터의 낯설음의 의외성에 대한 사례연구를 바탕으로, 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, <연구문제 1>에서는 구성주의 속에 낯설게 하기의 개념을 정의하고 구성주의 포스터의 낯섦과 그래픽의 상관관계를 살펴보았다.

둘째, <연구문제 2>에서는 구성주의 포스터의 낯섦에 대한 의외성 상징과 시각적 표현이 소비자의 관심을 끌 수 있다는 관련 사례를 보여주었다.

셋째, <연구문제 3>에서는 러시아 구성주의 형태의 그래픽의 지각과 '낯설음'의 관계를 검토하였다. 또한, 유형별 사례분석을 통하여 구성주의 낯설음의 그래픽 표현은 소비자에게 의외성 관심을 끌 수 있음을 알 수 있었다. 구성주의 포스터의 낯설음의 의외성은 구성주의 포스터 디자인 작품에서 파격적이고 새로운 것을 추구하는 대표적인 이미지라 할 수 있으며, 이러한 표현은 새롭고 낯선 화면을 통해 표현되기 때문에, 이러한 의외성을 활용한 포스터 디자인의 적용 가능성을 탐구할 필요성을 제시하였다. 이러한 낯섦 효과는 광고 커뮤니케이션하는 데 유용하게 쓰일 뿐만 아니라, 현재의 새로운 매체에서도 큰 힘을 발휘할 수 있을 것으로 고려되며, 본 연구에서 분석 및 제시한 광고사례를 통해서, 낯설음의 의외성 표현기법을 충분히 고려해 본다면, 더 다양한 방법으로 소비자의 마음과 행동을 움직이는 광고들을 만들 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 김경옥, 20세기 구(舊)러시아 포스터 그래픽표현 특성에 관한 연구 — 슬로건과 타이포그래피 중심으로, 건국대학교박사 학위 논문, 2017.
2. 김영현, '낯설게 하기'를 활용한 현대사의 비유작 표현 연구 — 본인의 작품 중심으로, 홍의대학교 대학원, 2016.
3. 빅토르 슈크로프스키, [러시아 형식주의 문론선], 신지삼련서점, 1989.
4. 루돌프 아른하임, [예술과 시지각], 사천인민출판사, 1998.
5. 왕스기, 구성주의가 현대 디자인에 미치는 영향, 예술대관, 2021.
6. 왕세해, 기이화 수법으로부터 출발-생소화 이론의 핵심 의미 및 발전, 충칭 방송대학 학보, 2021.
7. 자핀디, 류진취안, 러시아 구성주의 광고 특징 및 스타일 연구, 중국민족박람회, 2019.
8. 曺성현, 은유와 환유의 재해석을 통한 건축에서 '낯설게 하기' — 라캉의 상징계, 실재계, 상상계를 중심으로, 부산대학교 석사학위 논문, 2005.
9. 헤겔, [정신현상학(상권)], 상무인서관, 1996.
10. 캐슬, [언어와 신화], 1988
11. A.F. 슈클랴루크, [포스터 600장], 접촉문화출판사, 2004.
12. Svitlana Valeriivna Pryshchenko, Cultural Heritage of A Poster: Communivative and Creative Experience, Creativity studies, 2021.
13. Viktor Shklovsky, [Art as Technique], 1917.