

# 광고 이미지의 중첩 기법에 나타난 시각적 동시성 표현 연구

## A Study on Visual Simultaneity Expressed through Overlapping Techniques in Advertising Images

주 저 자 : 왕 상카이 (Wang, Xiangkai) 동의대학교 디자인조형학과 박사과정

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

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2026.1.216>

---

접수일 2026. 02. 20. / 심사완료일 2026. 02. 27. / 게재확정일 2026. 03. 09. / 게재일 2026. 03. 30.

## Abstract

This study examines the spatiotemporal representational structures manifested in visual simultaneity within overlapping images in advertising communication. Drawing on Bakhtin's concept of the chronotope and theories of time-space integration in visual perception, it analyzes how overlapping imagery constructs integrated spatiotemporal meanings. Through typological and case-based analyses focusing on temporality, spatiality, and integrative structures, the study finds that overlapping images function not merely as visual composites but as unified spatiotemporal frames in which different temporal and spatial layers are integrated. Such visual simultaneity operates as an expressive strategy that enhances perceptions of temporal continuity, spatial expansion, and integrated experience, suggesting the potential expansion of spatiotemporal expression in advertising imagery.

## Keyword

시각적 동시성(Visual Simultaneity), 중첩이미지(Overlapping Image), 시공간 지각(Spatiotemporal Representation)

## 요약

본 연구는 광고 커뮤니케이션의 중첩 이미지에 나타나는 시각적 동시성(Visual Simultaneity) 현상을 중심으로, 그 안에서 드러나는 시공간적 표현 구조를 분석하는 것을 목적으로 한다. 이론적 배경으로는 바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(chronotope) 개념과 시각 인지 이론의 시간-공간 통합 관점을 토대로 분석 틀을 설정하고, 광고 이미지의 중첩 구조가 형성하는 시공간적 통합 양상을 해석하였다. 연구 방법으로 광고 이미지의 시각 요소 중첩 구조에 대한 유형 분석과 시간성-공간성-통합성에 대한 사례 분석을 병행하였다. 그 결과, 중첩 이미지는 단순한 시각적 혼합이 아니라 서로 다른 시간적-공간적 지향이 하나의 화면 안에서 통합적으로 재현되는 시공간적 표현 구조로 작동함을 확인하였다. 이러한 시각적 동시성은 광고 커뮤니케이션에서 전략적으로 활용되는 표현 방식으로 가능하며, 광고 이미지의 시공간적 표현 가능성을 확장한다는 점에서 중요한 의미를 지닌다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. 광고 이미지의 시각적 중첩과 동시성
- 2-2. 시간성의 시각적 표현 메커니즘
- 2-3. 공간성의 시각적 표현 메커니즘
- 2-4. 시공간 통합의 표현 구조

### 3. 광고 이미지 중첩 동시성의 표현 특성 분석

#### 3-1. 시각요소 중첩에 의한 구조

- 3-2. 선형-상대-순환의 시간성 표현 특성
- 3-3. 이동-상승-확장의 공간성 표현 특성
- 3-4. 시공간 통합 표현의 특성

### 4. 광고 사례 분석 및 시각적 유형의 적용

- 4-1. 시간성 표현 광고 사례
- 4-2. 공간성 표현 광고 사례
- 4-3. 통합형 표현 광고 사례

### 5. 결론

### 참고문헌

## 1. 서론

### 1-1. 연구 배경 및 목적

디지털 기술의 발전과 스마트 미디어 환경의 확산은 이미지 생산과 소비 방식을 근본적으로 변화시키고 있다. 모바일 기기와 소셜 미디어 플랫폼의 일상화는 이미지의 생성, 편집, 유통 과정을 가속화하였으며, 이에 따라 시각 정보는 짧은 시간 안에 복합적 의미를 전달해야 하는 환경에 놓이게 되었다. 이와 같은 미디어 환경의 전환은 하나의 화면 안에 다양한 의미 층위를 압축적으로 구성하는 표현 전략의 필요성을 증대시켰으며, 그 대표적 방식으로 중첩 표현이 적극적으로 활용되고 있다. 이러한 디지털 미디어 환경의 확장과 함께 광고 이미지의 시각적 표현은 단순한 조형 요소의 결합을 넘어 시간과 공간의 관계를 통합적으로 조직하는 시각적 전달 방식으로 확장되고 있다. 특히 다양한 시각 요소가 하나의 화면 안에서 중첩(Overlap)되어 동시에 인식될 수 있는 표현 방식은 광고 이미지가 지닌 시각적 동시성(Visual Simultaneity)의 형성 구조를 설명하는 핵심기제로 주목될 수 있다. 여기서 중첩 이미지는 두 개 이상의 시각적 대상이나 장면이 물리적으로 겹쳐지거나 투명도, 레이어, 합성 등의 방식으로 한 화면에 결합되어 각각의 형상이 독립성을 유지하면서도 상호 관계를 형성하는 표현 방식을 의미한다. 이러한 중첩은 서로 다른 시간대의 사건이나 이질적인 공간을 하나의 시각 장 안에 공존하게 함으로써 단일한 순간에 복수의 의미 층위를 동시에 인식하도록 유도하는 특징을 지닌다.

이러한 시각적 동시성은 바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념에서 논의되는 시간과 공간의 통합적 조직 원리와 이론적 접점을 형성하며, 시각 매체 환경 속에서 시공간 관계가 어떻게 재현되고 구조화되는가를 해석하는 관점으로 확장될 수 있다. 즉, 중첩 이미지는 단순한 시각적 병합이 아니라 서로 다른 시간적-공간적 지향이 하나의 화면 안에서 통합적으로 재현되는 시공간적 표현 장치로 작동한다.

그러나 기존 연구들은 중첩 표현의 조형적 특성이나 미적 효과에 주로 집중하여 그 안에서 형성되는 시각적 동시성의 구조적 메커니즘과 시공간적 표현 양상에 대한 체계적 분석은 상대적으로 부족한 실정이다. 이에 본 연구의 목적은 광고 이미지에 나타나는 중첩 표현을 중심으로 시각적 동시성이 구성되는 시공간적 표현 구조를 체계적으로 분석하고, 광고 커뮤니케이션에서 시공간 관계가 시각적으로 조직되는 방식과 그 표현 가능성을 규명하는 데 있다.

### 1-2. 연구 내용 및 방법

본 연구는 앞서 제시한 연구 배경과 목적을 바탕으로 광고 이미지에 나타나는 시각적 중첩과 동시성 표현을 통해 시간성-공간성-통합성의 시공간적 표현 구조가 어떠한 방식으로 조직되는가를 규명하고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 네 가지 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 광고 이미지에서 중첩된 시각 요소는 어떠한 표현 방식으로 시간적-공간적 관계를 조직하며, 그로 인해 하나의 화면 안에서 시각적 동시성이 어떻게 형성되는가?

연구문제 2: 현대 그래픽디자인에서 '중첩'에 의한 동시성 표현은 광고 디자인 맥락에서 어떠한 시공간적 표현 특성과 의미 구조를 형성하는가?

연구문제 3: 시각적 동시성은 어떠한 시각적 조직 구조를 통해 시간의 연속성과 공간관계의 확장 가능성을 표현하는가?

연구문제 4: 중첩 이미지는 서로 다른 공간적 깊이와 흐름을 통합하여 시공간 통합 표현 구조를 어떠한 방식으로 구성하는가?

본 연구는 위의 연구문제를 중심으로 문헌연구와 사례연구 방법을 병행하였다. 먼저 문헌연구에서는 바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념을 중심으로 시간과 공간의 통합적 조직 원리를 검토하고, 시각 매체 환경에서의 시간-공간 통합 표현 및 시각적 동시성과 관련된 선행연구를 분석하였다. 이를 통해 시각적 동시성의 시공간 조직 원리를 이론적으로 정립하고, 분석의 개념적 틀을 도출하였다.

사례연구에서는 국내외 광고 사례 중 시각 요소의 중첩 구조가 두드러지는 이미지를 선정하여 분석 대상으로 삼았다. 사례 선정 기준은 첫째, 하나의 화면 안에 두 개 이상의 시각 요소가 중첩되어 있을 것, 둘째, 시간적-공간적 관계가 명확히 드러날 것, 셋째, 시각적 동시성이 표현 구조의 핵심 전략으로 작동할 것으로 설정하였다. 본 연구에서는 국내외 광고 이미지 총 30여 건을 수집하여 분석 대상으로 선정하였다. 선정된 사례는 중첩 구조가 명확하고 시공간 표현 특성이 두드러지는 광고를 중심으로 최종 확정하였다. 선정된 사례에 대해서는 시간성-공간성-통합성의 세 범주를 중심으로 시각 표현 유형과 구성 방식을 비교-분석하였다.

이를 통해 광고 이미지의 시각적 동시성이 시간과 공간의 관계를 통합적으로 조직하며 하나의 시각적

프레임 안에서 시공간적 표현 구조를 형성하는 특성을 도출하였다.

이와 같은 접근은 기존 연구에서 중첩 표현을 조형적 특성이나 시각적 효과 중심으로 해석해 온 경향과 차이를 지닌다. 본 연구는 중첩 구조를 수용자의 인지 과정 속에서 형성되는 시공간 지각 체계로 이해하고, 시각 요소의 방향성에 기반한 분석 틀을 통해 시간성과 공간성이 통합되는 구조를 체계화하고자 한다는 점에서 차별적 관점을 제시한다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 광고 이미지의 시각적 중첩과 동시성

시각적 중첩은 단순한 반복이나 병치가 아니라 서로 다른 시각 정보가 하나의 화면 안에서 관계적으로 결합되어 시공간적 의미를 조직하는 표현 구조이다. 중첩 이미지는 시간의 흐름과 공간의 깊이, 시선의 이동과 같은 요소를 통합적으로 구성하여 단일한 프레임 안에서 복합적 시공간 표현을 형성한다. 또한 형태 간 경계 유지 여부, 투명도, 반복성, 결합 방식에 따라 유형화될 수 있으며, 이는 시각 정보 간 관계 형성과 시공간 표현 구조를 분석하는 중요한 기준이 된다.

[표 1] 광고 이미지 중첩 유형 분류

| 구분                                | 시각적 특징                                 | 효과                | 대표 사례              |
|-----------------------------------|--|-------------------|--------------------|
| 불투명 중첩 (Opaque Overlay)           | 형태 간의 명확한 경계 유지, 중첩에 따른 대비 강조          | 시각적 긴장, 집중 유도     | 그래픽 포스터의 실루엣 중첩    |
| 투명 관입 (Transparent Penetration)   | 반투명 요소가 다른 형태 위를 관입하며 시공간의 깊이 형성       | 공간 확장감, 시간 연속성 표현 | 패션 및 광고 이미지의 색면 투과 |
| 반복 중첩 (Repetitive Overlapping)    | 동일한 패턴의 중첩                             | 시각적 리듬, 운동감       | 키네틱 포스터, 움직임 암시    |
| 결합·통합 (Togetherness / Continuity) | 상이한 이미지나 색채가 연속적으로 결합되어 하나의 통일된 구조를 형성 | 통일감, 지속적 시지각 흐름   | 브랜딩 이미지의 시각적 일체감   |

출처: 한민재·이연희(2018), 중첩의 특성을 활용한 니트 패션 디자인<sup>1)</sup>

1) 한민재·이연희, '중첩의 특성을 활용한 니트 패션 디자인', 『복식』, 68(5), 2018, p.65-86, 선행연구 종합 후 연구자 재구성.

이와 같은 시각적 중첩 구조는 바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념과 이론적 접점을 형성한다. 시공간체는 시간과 공간이 서사적 사건 속에서 상호 관계적으로 조직되는 구조를 의미하며, 의미가 시공간적 맥락 속에서 형성되는 방식을 설명한다(Bakhtin, 1981). 이러한 관점은 광고 이미지의 중첩 구조를 시간과 공간의 관계가 하나의 화면 안에서 통합적으로 재현되는 시공간적 표현 구조로 해석할 수 있는 근거를 제공한다.

또한 아르하임(R. Arnheim)은 형태와 배경의 관계, 시각적 균형과 긴장 구조가 공간 인식 형성에 중요한 역할을 한다고 보았으며(Arnheim, 1974), 깁슨(J. J. Gibson)은 시각 정보가 환경 속 관계적 배열 속에서 지각된다고 설명하였다(Gibson, 1979). 이러한 이론들은 광고 이미지 속 중첩 구조가 시각 요소 간 관계 조직을 통해 단절된 공간을 연결하고 고정된 시간을 흐르게 함으로써, 시공간적 표현 가능성을 형성한다는 점을 뒷받침한다. 따라서 시각적 중첩은 단순한 조형 기법을 넘어 서로 다른 시점과 지점의 관계를 통합적으로 조직하는 표현 전략으로 이해할 수 있으며, 본 연구는 이를 다층적인 시공간 사건성이 시각적으로 조직되는 광고 이미지 표현 장치로 해석한다.

### 2-2. 시간성의 시각적 표현 메커니즘

광고 이미지 속에서 나타나는 시간성은 단순히 사건의 선후 관계를 재현하거나 물리적 움직임을 묘사하는 차원을 넘어선다. 시각 정보가 감각적으로 입력되고 인지적으로 해석되는 과정 속에서 시간은 지각의 리듬과 연속성으로 재구성되며, 관찰자는 장면의 변화와 시선 이동, 명암 및 형태의 배열 속에서 시간의 지속과 변화를 동시에 경험하게 해석될 수 있다. 이러한 시각적 시간성은 외부 세계에 존재하는 객관적 흐름이 아니라, 감각·주의·기억이 상호작용하며 형성되는 인지적 구성물로 이해될 수 있다.<sup>2)</sup>

특히 광고 이미지에서 나타나는 중첩 구조는 시간 지각 형성에 중요한 역할을 한다. 서로 다른 시점에서 포착된 장면이나 형태, 혹은 반복·투과·결합된 시각 요소들이 하나의 화면 안에 병치될 때, 관찰자는 단일한 현재 시점이 아니라 복수의 시간 층위를 동시에 인식하게 해석될 수 있다. 이러한 현상은 베르그

2) 박철수, 「광고 이미지의 시공간 지각 연구」, 『시각디자인학연구』, 2014.

송(H. Bergson)이 말한 ‘지속(durée)’ 개념과도 연결되며, 시간은 분절된 단위가 아니라 경험 속에서 연속적으로 흐르는 심리적 지속으로 해석될 수 있다.<sup>3)</sup>

또한 아르하이임(R. Arnheim)은 시각 예술에서 형태의 배열과 리듬이 시간 경험을 경험으로 이해될 수 있다고 보았다. 형태의 이동, 중첩, 반복, 그리고 명암 대비는 시선의 흐름을 조직하고 지각적 긴장과 완화를 형성하며, 이 과정에서 관찰자는 정지된 이미지 안에서도 운동성과 시간의 경과를 체험하게 해석될 수 있다.<sup>4)</sup> 이는 광고 이미지 속 중첩 표현이 단순한 시각적 장식이 아니라, 시간적 리듬을 생성하는 지각 구조로 작동함을 시사한다.

깁슨(J. J. Gibson)의 생태지각이론 역시 이러한 시각적 시간 경험을 설명하는 중요한 이론적 근거가 해석될 수 있다. 그는 지각을 수동적 정보 수용이 아닌 환경과의 상호작용 과정으로 보았으며, 관찰자는 시각 장면 속 배열-깊이-운동 단서를 통합적으로 탐색하며 시간과 공간을 동시에 인식한다.<sup>5)</sup> 광고 이미지의 중첩 구조는 이러한 탐색 과정을 촉진하며, 시각 장면 안에서 시간적 사건성과 공간적 깊이를 동시에 지각하도록 하는 경험으로 이해할 수 있다.

시각 정보 처리 과정의 관점에서 보면 시간성은 감각 입력 → 지각적 통합 → 인지적 해석의 단계 속에서 형성될 수 있다. 감각 단계에서는 형태, 색채, 명암, 움직임 단서가 입력되며, 지각적 통합 단계에서는 계슈탈트 원리에 따라 요소 간 관계가 조직된다. 이후 인지적 해석 단계에서는 기억과 경험이 개입되어 시간적 의미가 구성된다.<sup>6)</sup>



[그림 1] 시각 정보 처리와 시간성 지각 형성의 단계 모형

출처: 기존 시지각 정보처리 이론을 바탕으로 연구자 재구성

3) Henri Bergson, Time and Free Will, 1910.

4) Rudolf Arnheim, Art and Visual Perception, University of California Press, 1974.

5) James J. Gibson, The Ecological Approach to Visual Perception, 1979.

6) Ulric Neisser, Cognitive Psychology, 1967.

이미지 속 중첩 구조나 잔상 효과는 이러한 지각적 통합 과정을 강화하며 시간의 감각을 단순히 ‘보는 것’이 아니라 ‘지각되는 경험’으로 확장시킨다. 서로 다른 시간적 순간들이 하나의 화면 안에 병치되거나 연속적으로 배열될 때 관찰자는 정지와 운동, 단절과 연속이 공존하는 복합적 시간 구조를 경험하게 된다. 이러한 현상은 계슈탈트 심리학의 연속성 원리와 운동지각 이론을 통해 설명할 수 있으며, 시각 요소 간 관계 조직이 시간 경험 형성에 직접적으로 기여함을 보여준다.<sup>7)</sup>

따라서 광고 이미지의 시간성은 물리적 시간의 재현이 아니라, 중첩된 시각 구조와 지각적 통합 과정 속에서 생성되는 시공간적 지속의 인지 구조로 이해될 수 있다. 이는 하나의 정지된 프레임 안에서도 복수의 시간 층위가 공존하며, 수용자에게 확장된 시공간 경험을 제공하는 시각적 메커니즘으로 작동한다.

### 2-3. 공간성의 시각적 표현 메커니즘

광고 이미지의 공간성은 단순한 배치나 물리적 거리의 재현을 넘어 관찰자의 지각 과정 속에서 구성되는 시각적 조직 방식과 밀접하게 관련된다. 디지털 미디어 환경에서 공간은 실제 깊이보다 시각 요소 간 관계와 배열에 의해 지각되며, 이는 관찰자의 경험 속에서 재구성되는 공간 표현 구조로 이해할 수 있다.

특히 하나의 화면 안에 다양한 시각 요소가 중첩(overlapping)되거나 병치될 경우, 공간은 단일 평면이 아닌 복수의 층위가 공존하는 시각적 장으로 확장 해석될 수 있다. 이러한 중첩 구조는 형태 간 전후 관계를 재조직하고, 깊이(depth)와 거리(distance)의 인식을 시각적으로 구성함으로써 공간 지각의 확장 효과를 경험으로 이해될 수 있다. 따라서 광고 이미지의 공간성은 물리적 원근 재현이 아니라, 시각적 관계 조직을 통해 형성되는 공간으로 이해할 수 있다.<sup>8)</sup>

공간 지각에 대한 이론적 논의는 형태심리학(Gestalt psychology)에서 중요한 근거를 찾을 수 있다. 쾰러(W. Köhler)는 시각 장(visual field) 내 요소들의 관계 조직이 전체적 통일성을 형성한다고 보았으며, 공간은 개별 요소의 합이 아니라 관계 속에서 구조적으로 지각해석될 수 있다고 설명하였다.<sup>9)</sup> 이러한 관점에서 중첩된 시각 요소들은 단순한 병치가 아니

7) Max Wertheimer, “Gestalt Theory of Perception”, 1923.

8) 김영민, 「광고 이미지 공간 표현 연구」, 2019.

라, 공간 깊이와 시각 질서를 조직하는 핵심 장치로 작동한다.

아른하임(R. Arnheim)은 시각 예술에서 형태와 배경의 균형이 공간 안정성과 깊이 인식을 형성한다고 보았다.<sup>10)</sup> 그는 시선의 이동, 형태의 반복, 중첩된 배열이 시각적 긴장과 균형을 형성하며, 이 과정에서 관찰자는 공간의 확장과 구조적 깊이를 경험하게 해석될 수 있다고 설명하였다.

깁슨(J. J. Gibson)의 생태지각이론 또한 광고 이미지 공간성 해석에 중요한 이론적 근거를 제공한다. 그는 시각을 환경 속 정보 탐색 과정으로 보았으며, 관찰자는 시각 장면 속 배열, 깊이 단서, 중첩 구조를 탐색하며 공간을 능동적으로 구성한다<sup>11)</sup> 중첩된 이미지 구조는 이러한 탐색 과정을 촉진하고, 단일 시점이 아닌 다층적 공간 경험을 형성하도록 경험으로 이해될 수 있다. 한편 메를로-퐁티(M. Merleau-Ponty)는 공간을 객관적 좌표 체계가 아닌 지각 주체의 경험 속에서 형성되는 현상학적 장으로 보았다.<sup>12)</sup> 이 관점에서 광고 이미지의 공간성은 단순한 물리적 재현이 아니라, 시각 요소 간 관계 속에서 형성되는 경험적 공간으로 이해될 수 있다. 특히 중첩 표현은 서로 다른 공간 층위를 하나의 지각 장 안에 공존시키며, 관찰자가 다층적 공간을 동시에 인식하도록 만든다.

[표 2] 공간 인지 관련 주요 이론 비교표

| 구분              | 핵심 개념             | 공간 인식 방식             | 시각적 의미         |
|-----------------|-------------------|----------------------|----------------|
| 형태심리학 (Gestalt) | 전체성, 균형           | 형과 배경의 관계를 통한 시지각 통합 | 안정적 시각 질서      |
| 아른하임 (Arnheim)  | 구조적 균형, 깊이        | 시지각적 리듬을 통한 공간 확장    | 감성적 깊이와 통일성    |
| 바흐친 (Bakhtin)   | 시공간체 (Chronotope) | 시간과 공간의 교차로 의미 생성    | 시간적-공간적 층위의 공존 |

9) Köhler, W., Gestalt Psychology, 1947.

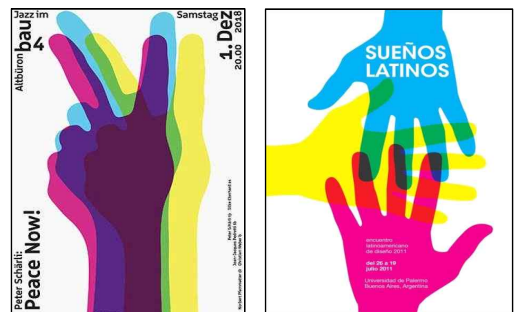
10) Arnheim, R., Art and Visual Perception, 1974.

11) Gibson, J. J., The Ecological Approach to Visual Perception, 1979.

12) Merleau-Ponty, M., Phenomenology of Perception, 1945.

결국 광고 이미지에서의 공간성은 시각 리듬, 형태 반복, 중첩, 투명성 등의 시각 장치를 통해 형성되는 표현 구조라 할 수 있다. 이때 공간은 고정된 배경이 아니라 시각 경험을 조직하는 동적 구조로 작동하며, 관찰자가 하나의 이미지 안에서 다층적 공간을 동시에 인식하도록 경험으로 이해될 수 있다.

특히 투명 중첩(transparent overlapping)은 공간 층위 간 경계를 완화하며 시각적 깊이와 확장감을 강화하는 대표적인 표현 방식이다. 이는 단일 평면 안에서도 복수의 공간이 공존하는 효과를 형성하며 관찰자의 시선 이동과 공간 탐색을 촉진한다. 관찰자는 전경과 배경, 중심과 주변을 오가며 화면 속 공간 관계를 능동적으로 탐색하게 되며, 이러한 시선의 이동 과정에서 공간의 위계, 거리감, 방향성이 단계적으로 인식된다. 이와 같은 공간 탐색 과정은 정적인 화면을 동적인 지각 경험으로 전환시키며, 광고 이미지 안에서 공간이 하나의 구조적 의미 체계로 조직되도록 한다.



[그림 2] 시각적 중첩 공간 표현 사례

출처: <https://www.behance.net/>

또한 바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념은 이러한 공간성 해석을 시간 차원과 연결하는 이론적 틀을 제공한다. 그는 시간과 공간이 분리된 개념이 아니라 사건 속에서 상호 침투한다고 보았으며, 시각 예술에서도 동일한 구조가 작동한다고 설명하였다.<sup>13)</sup> 광고 이미지의 중첩 구조 역시 시공간 서사 층위를 통합적으로 재현하며, 다층적 공간 경험을 형성하는 장치로 이해될 수 있다. 따라서 광고 이미지의 공간성은 단순한 시각 깊이 재현을 넘어, 중첩된 시각 구조와 관계 조직을 통해 형성되는 시공간 통합적 표현 메커니즘으로 해석될 수 있다.

13) Bakhtin, M., The Dialogic Imagination, 1981.

## 2-4. 시공간 통합의 표현 구조

통합형 시공간적 표현은 시간성과 공간성이 분리된 차원이 아니라, 하나의 시각 구조 안에서 상호 결합되어 조직되는 표현 메커니즘을 의미한다. 광고 이미지에서 나타나는 통합형 구조는 단순히 시간의 흐름과 공간의 깊이를 동시에 제시하는 차원을 넘어, 중첩된 시각 요소 간 관계 조직을 통해 시공간 층위가 하나의 시각 구조로 통합되는 특성을 지닌다.

이러한 통합 구조는 관찰자가 이미지를 단일 시점에서 인식하는 것이 아니라, 시선 이동과 형태 배열, 리듬과 깊이 단서를 통합적으로 지각하는 과정 속에서 형성해석될 수 있다. 즉, 시간적 흐름은 공간적 구조 속에서 시각적으로 조직되며, 공간적 깊이는 시간적 배열 속에서 의미를 획득하게 해석될 수 있다. 이처럼 시간과 공간은 서로 독립된 요소가 아니라 중첩된 시각 구조 안에서 상호 침투하며 통합적으로 작동한다.<sup>14)</sup>

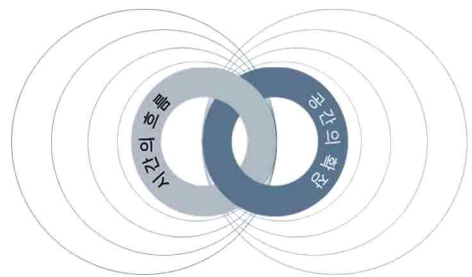
특히 광고 이미지에서의 중첩(overlapping)은 이러한 시공간 통합을 가능하게 하는 핵심 표현 장치로 기능한다. 서로 다른 시간적 순간이나 공간적 층위가 투명·반복 결합의 방식으로 한 화면 안에 중첩될 때, 관찰자는 단일한 시공간이 아닌 다층적 구조를 동시에 인식하게 해석될 수 있다. 이러한 중첩 구조는 시간의 연속성과 공간의 확장을 결합하며, 시공간 통합 구조를 시각적으로 구현하는 메커니즘으로 작동한다.

바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념은 이러한 통합 구조를 설명하는 대표적 이론적 틀을 제공한다. 그는 시간과 공간이 사건 속에서 상호 침투하며 의미를 생성한다고 보았으며, 하나의 장면 안에서 복수의 시공간 관계가 통합적으로 조직될 수 있음을 설명하였다.<sup>15)</sup> 광고 이미지의 중첩 구조 역시 서로 다른 시간과 공간의 층위를 단일 화면 안에 결합시키며, 시공간 통합적 표현 구조를 형성한다는 점에서 시공간체 개념과 연결될 수 있다.

또한 아르놀트(R. Arnheim)은 시각 예술에서 형태와 배경, 리듬과 균형이 통합적으로 작용할 때 지각적 안정성과 구조적 통일성이 형성해석될 수 있다고 보았다.<sup>16)</sup> 중첩된 시각 요소들은 이러한 통합 리듬을 형성하며, 관찰자의 시선 흐름을 조직하고 시간적 연

속성과 공간적 깊이를 동시에 인식하도록 경험으로 이해될 수 있다.

김슨(J. J. Gibson)의 생태지각이론 역시 시공간 통합 인식을 설명하는 중요한 이론적 기반이 해석될 수 있다. 그는 지각을 환경 속 정보 탐색 과정으로 보았으며, 관찰자는 시각 장면 속 배열, 깊이, 운동 단서를 통합적으로 탐색하며 시공간 관계를 구성한다.<sup>17)</sup> 광고 이미지의 중첩 구조는 이러한 탐색 과정을 촉진하며, 시간성과 공간성을 동시에 조직하는 지각 환경을 형성한다. 한편 Palmer(1999)는 시각 정보 처리가 감각 입력, 지각적 통합, 인지 해석의 단계 속에서 이루어진다고 설명하였다.<sup>18)</sup> 이 과정에서 중첩된 형태와 시각 리듬, 깊이 단서는 개별 요소로 지각되는 것이 아니라 통합된 구조로 인식되며, 관찰자는 단일한 현재 시점이 아닌 연속적 시공간 흐름을 지각하게 해석될 수 있다.



[그림 3] 중첩 시각구조 기반 시공간 통합 표현 개념도

여기서 바흐친, 아르놀트, 김슨의 개념을 포괄하는 시공간의 통합이란, 서로 분리된 시간의 단면과 공간의 층위를 하나의 장면 안에 동시적으로 배치함으로써 과거·현재·미래의 시간성이 공존하도록 하고, 단일한 평면 위에 다층적인 공간 감각을 형성하는 것을 의미한다. 예컨대 하나의 이미지 안에 인물의 반복된 동작을 겹쳐 배치함으로써 시간의 경과를 시각화하거나, 배경의 원근과 색채 대비를 통해 물리적 공간을 넘어서는 심리적·상징적 공간을 구성하는 방식이 이에 해당한다. 이와 같은 시공간 통합은 단순한 표현 기법을 넘어, 브랜드가 전달하고자 하는 가치와 세계관을 응축된 이미지 안에 서사적으로 조직하는 전략적 장치로 기능한다.

14) 김영민, 「광고 이미지의 시공간 통합 표현 연구」, 2019.

15) Bakhtin, M., *The Dialogic Imagination*, 1981.

16) Arnheim, R., *Art and Visual Perception*, 1974.

17) Gibson, J. J., *The Ecological Approach to Visual Perception*, 1979.

18) Palmer, S., *Vision Science*, 1999.



[그림 4] 통합형 시각 이미지의 시공간 통합 표현 사례

출처: <https://www.behance.net/>

해당 사례는 인물의 정지된 형상 위에 반복적인 동작 이미지를 중첩한 구조를 통해 시간의 흐름과 공간의 깊이를 동시에 표현한다. 시선은 중첩된 형태를 따라 이동하며, 단일 프레임 안에서도 운동성과 확장된 공간 구조를 인식하게 하는 것으로 해석될 수 있다. 이는 중첩된 시각 구조가 시공간 통합 표현 메커니즘으로 작동함을 보여주는 대표적인 사례라 할 수 있다. 이러한 구조는 수용자의 인지 과정 속에서 시간성과 공간성을 통합적으로 조직하는 역할을 수행한다.

본 연구는 바흐친의 시공간체(Chronotope) 개념을 이론적 중심축으로 설정하고, 이를 시각디자인 맥락에서 확장 적용하였다.

### 3. 광고 이미지 중첩 동시성의 표현 특성 분석

#### 3-1. 시각요소 중첩에 의한 구조

광고 이미지 속 시각 요소의 중첩은 단순한 형태의 겹침을 넘어, 관찰자의 인지 과정에서 시간과 공간을 동시에 조직하는 지각 구조로 작용한다. 이는 인물 동작의 반복, 서로 다른 시간대 장면의 병치, 제품과 배경의 다층적 결합 등으로 나타나며, 시선의 이동을 유도해 화면에 구조적 질서를 형성한다. 결국 이러한 중첩은 시간의 흐름과 공간의 깊이를 통합적으로 지각하게 하는 시공간 조직 메커니즘으로 이해될 수 있다.

Arnheim(1974)은 『Art and Visual Perception』에서 시각적 형태를 단순한 외형이 아니라 내적 힘의 방향(force direction)을 지닌 지각 구조로 보았다. 이러한 시각적 힘의 흐름은 관찰자의 시선을 특정 방향으로 이동시키며 화면 내 지각 경로(perceptual path)를 형성한다.<sup>19)</sup>

또한 Palmer(1999)는 시각 정보 처리가 연속적인 과정 속에서 구조화해석될 수 있다고 보았으며, 인간은 시각 장면을 좌→우, 상→하, 중심→주변과 같은 방향 체계 속에서 해석한다. 이러한 방향성은 단순한 시선 이동을 넘어 시간의 흐름, 공간의 깊이, 심리적 집중을 동시에 형성하는 인지적 장치로 작용한다.<sup>20)</sup>

Gibson(1950) 역시 시각 지각을 환경과의 상호작용 속에서 형성되는 생태학적 지각 과정으로 보았으며, 관찰자는 시각 장(field) 안에서 이동 경로를 따라 공간과 시간을 통합적으로 인식한다고 설명하였다.<sup>21)</sup>

따라서 광고 이미지의 중첩 구조는 시각적 방향성에 기반한 지각 경로를 통해 시간의 연속성, 공간의 확장성, 그리고 통합적 몰입 경험을 형성하며, 관찰자의 능동적 해석 과정을 촉진하는 시공간 지각 구조로 해석될 수 있다.

[표 3] 시선 방향성 기반 중첩 구조의 시공간 지각 유형

| 시각 요소 인지요형 | 시각적 효과 | 대표 사례                        |
|------------|--------|------------------------------|
| 가로의 연속     |        | 운동감, 리듬감<br>연속 동작 광고, 모션 포스터 |
| 세로의 연속     |        | 깊이감, 확장성<br>패션 광고, 건축적 비주얼   |
| 중심적 연속     |        | 몰입감, 지속성<br>브랜드 이미지, 영상형 포스터 |

출처: 시각적 방향성에 기반하여 연구자가 재구성한 도식.

본 연구에서는 시선 이동 경로와 지각 방향성에 기반한 시공간 인지 구조를 중심으로 광고 이미지의 중첩 유형을 분류하였다. 이에 따라 중첩 구조를 가로(수평), 세로(수직), 중심(통합)의 세 가지 방향 체계로 구분하고, 각 구조가 시간의 흐름, 공간의 확장, 시공간 통합 경험을 어떻게 유도하는지를 분석하였다.

19) Arnheim, R. (1974). *Art and Visual Perception*. University of California Press.

20) Palmer, S. E. (1999). *Vision Science: Photons to Phenomenology*. MIT Press.

21) Gibson, J. J. (1950). *The Perception of the Visual World*. Houghton Mifflin.

이 세 방향 구조는 광고 이미지 속 시각 정보가 배열되는 기본 인지 단위로 작용하며, 수용자가 시공간을 경험하는 지각 메커니즘을 해석하는 분석 틀로 기능한다.

**[표 4] 가로 방향의 시각적 연속 구조 도식**

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미                 |
|------------|----|-------------------------|
| 가로의 연속     |    | 좌측 → 우측<br>(시간의 흐름)     |
|            |    | 우측 → 좌측<br>(회귀적 시간, 반복) |

출처: 시각적 연속 구조를 기반으로 연구자가 재구성한 도식.

가로 방향의 중첩 구조는 좌우 시선 이동을 통해 시간의 연속성과 서사적 흐름을 형성한다. 관찰자는 화면을 따라 시각 정보를 순차적으로 인식하며, 장면의 연결과 동작의 반복, 잔상의 축적을 통해 시간의 경과를 지각한다. 특히 모션 포스터나 스포츠 광고에서는 이러한 배열이 시간의 흐름과 운동감을 동시에 전달하며, 정지된 화면에서도 ‘움직임의 시간성’을 인식하게 하는 대표적인 유형으로 작동한다.

**[표 5] 세로 방향의 시각적 연속 구조 도식**

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미                |
|------------|----|------------------------|
| 세로의 연속     |    | 위로 상승<br>(공간 확장)       |
|            |    | 아래로 하강<br>(심리적 안정, 회귀) |

출처: 시각적 연속 구조를 기반으로 연구자가 재구성한 도식.

세로 방향의 중첩은 위아래 시선 이동을 통해 공간의 깊이와 확장성을 인지하게 한다. 관찰자는 상향 또는 하향 시선 흐름 속에서 공간적 거리, 심리적 상승감, 혹은 하강감을 동시에 경험한다.

이러한 구조는 건축 광고, 패션 화보, 도시 경관 이미지 등에서 자주 나타난다. 예를 들어, 건축 광고

에서는 건물의 외관과 내부 공간을 투명하게 중첩하여 제시함으로써 공간의 구조와 동선을 동시에 드러내고, 패션 광고에서는 모델의 동작을 연속적으로 겹쳐 배치하여 시간의 흐름과 신체의 움직임의 강조한다. 또한 도시 경관 이미지 광고에서는 서로 다른 시점에서 촬영한 장면을 한 화면에 결합해 도시 공간의 복합적 층위와 깊이를 부각한다. 더 나아가 상품 광고 디자인 사례에서는 동일 제품의 사용 과정을 단계별로 중첩해 배치하거나, 브랜드 로고와 상징 이미지를 배경 위에 반복적으로 겹쳐 배치함으로써 메시지의 인지 강도를 높이고 시각적 통합감을 형성한다. 이와 같이 형태의 중첩과 원근의 배열은 공간의 층위와 깊이를 확장하는 시각적 장치로 기능한다.

**[표 6] 중심 방향의 시각적 연속 구조 도식**

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미 |
|------------|----|---------|
| 중심적 연속     |    | 중심 수렴   |
|            |    | 외곽 확산   |

출처: 중심 방향의 시각적 연속 구조를 기반으로 연구자가 재구성한 도식.




중심 방향의 중첩 구조는 시선을 화면 중심으로 수렴시키거나 외곽으로 확산시키는 시각적 응집 구조를 형성한다. 관찰자는 중심 집중 혹은 방사 확산의 시각 흐름 속에서 시간과 공간이 통합된 몰입 경험을 지각하게 해석될 수 있다. 이러한 구조는 브랜드 캠페인 이미지, 상징적 포스터, 영상형 광고 등에서 자주 나타나며, 다층적 이미지가 하나의 시각 중심 안에서 통합되는 특징을 보인다. 중심 지향적 중첩은 시선 집중을 통해 심리적 동일시와 몰입을 강화하며, 시공간적 통합 경험을 극대화하는 역할을 수행한다. 이상의 세 가지 방향 구조는 시각요소의 중첩이 단순한 형태 결합을 넘어, 시간-공간-통합 경험을 동시에 생성하는 시공간 조직 메커니즘을 보여준다. 가로 구조는 시간의 흐름과 서사적 연속성을, 세로 구조는 공간의 깊이와 확장성을, 중심 구조는 시공간 통합과 몰입 경험을 매개한다. 이러한 방향성 기반 중첩 구조는 이후 광고 사례 분석에서 시각적 동시성 유형을 해석하는 핵심 분석 틀로 작용한다.

### 3-2. 선형상대순환의 시간성 표현 특성

시각 이미지의 시간성은 물리적 시간의 흐름을 단순히 재현하는 차원을 넘어, 시선의 방향성과 운동성에 의해 인지되는 심리적 시간 구조로 이해해석될 수 있다. Arnheim(1974)은 형태의 변화와 운동감이 시간지각을 유도하는 시각적 등가물이라고 보았으며, Gibson(1950)은 지각 환경 속에서 지속적 상호작용을 통해 시간 경험이 형성해석될 수 있다고 설명하였다.<sup>22)</sup> 또한 Palmer(1999)는 시각 정보처리 과정에서 방향적 배열 구조가 사건의 인지적 시간 경험에 영향을 미친다고 분석하였다.<sup>23)</sup>

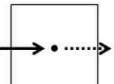
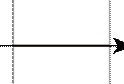
이러한 논의를 종합하면, 시각적 시간성은 형태와 시선의 방향 구조에 따라 선형성, 상대성, 순환성의 세 유형으로 구분될 수 있다. 이는 시각요소의 가로·세로·중심 방향과 대응하며, 시선의 이동 방식에 따라 서로 다른 시간 지각을 형성한다. 가로는 흐름의 시간, 세로는 위상의 시간, 중심은 반복과 순환의 시간을 구조화한다.

**[표 7] 시각요소 방향 구조와 시간성 유형의 대응 관계**

| 시각 요소 인지유형  | 시각요소 유형                                  |
|---|--|
| 가로의 연속<br>  | 선형성<br>(Linear Temporality)              |
| 세로의 연속<br> | 상대성<br>(Vertical Relational Temporality) |
| 중심적 연속<br> | 순환성<br>(Cyclic Temporality)              |

출처: Arnheim(1974); Gibson(1950); Palmer(1999) 이론을 바탕으로 연구자 재구성.

**[표 8] 선형적 시간성의 가로의 연속 표현 구조**

| 시각 요소 인지유형  | 도식  | 방향 / 의미         |
|---|---|-----------------|
| 가로의 연속<br> |  | 시간의 흐름<br>미래 지향 |

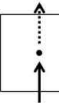
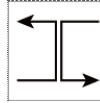
출처: Arnheim(1974); Palmer(1999) 참조 연구자 재구성.

22) Arnheim, Rudolf. Art and Visual Perception. University of California Press, 1974.

23) Palmer, Stephen. Vision Science: Photons to Phenomenology. MIT Press, 1999.

가가로 방향의 연속 구조는 시선의 이동을 통해 시간의 진행을 암시한다. 점진적 배열이나 동작의 간상 표현은 과거에서 미래로 이어지는 단선적 시간 구조를 형성하며, 영화 포스터나 동작 광고에서 자주 나타난다. 이때 시간성은 ‘진행·확장·미래 지향의 감각으로 인지해석될 수 있다.

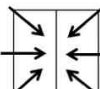

**[표 9] 상대적 시간성의 세로의 연속 표현 구조**

| 시각 요소 인지유형  | 도식   | 방향 / 의미               |
|---|--|-----------------------|
| 세로의 연속<br> |  | 대바위상<br>변화·관계적<br>시간성 |

출처: Gibson(1950); Arnheim(1974) 이론을 바탕으로 연구자 재구성.

세로 방향의 연속 구조는 상·하 관계를 통해 시간의 위상적 대비를 형성한다. Gibson(1950)의 ‘지속지각(perceived duration)’ 개념에 따르면, 시선의 상·하 이동은 긴장과 이완, 상승과 하강의 심리적 시간 감각을 경험으로 이해될 수 있다. 이러한 구조는 패션 광고나 건축 이미지에서 공간 깊이와 결합되어 관계적 시간성을 형성한다.<sup>24)</sup>

**[표 10] 순환적 시간성의 중심적 연속 표현 구조**

| 시각 요소 인지유형  | 도식   | 방향 / 의미           |
|---|--|-------------------|
| 중심적 연속<br> |  | 지속성·반복성·순환적<br>흐름 |

출처: Arnheim(1974); Bakhtin(1981) 참조 연구자 재구성.

중심 방향 구조는 화면의 중심을 기준으로 시각 요소가 수렴하거나 확산되며 반복적 시간 경험을 형성한다. Arnheim(1974)이 언급한 ‘공간·시간 통합 지각 개념과 연결되며, 브랜드 이미지나 캠페인 포스터에서 중심을 축으로 상이한 시간 순간이 순환적으로 배열되는 구조로 나타난다. 이때 시간성은 지속성과 반복성을 기반으로 한 순환적 구조로 인지해석될 수 있다.<sup>25)</sup>

24) Gibson, James J. The Perception of the Visual World. Houghton Mifflin, 1950.

이상 세 가지 시간성 유형은 광고 이미지 속 시각 요소의 방향성과 구조 배열에 의해 형성되며, 시간지각이 단순한 연속 흐름이 아니라 시각적 구조 해석 과정 속에서 생성됨을 보여준다. 이러한 시간성 구조는 다음 장의 사례 분석에서 구체적 시각 표현 방식과 연결되어 논의해석될 수 있다.

### 3-3. 이동-상승-확장의 공간성 표현 특성

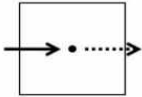
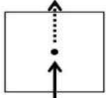
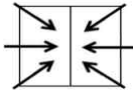
공간성은 단순히 물리적 거리나 원근의 재현이 아니라, 시각 요소 간의 관계 속에서 형성되는 인지적 경험으로 이해해석될 수 있다. 특히 광고 이미지에서 공간은 고정된 배경이 아니라 시선의 이동, 형태의 중첩, 색채의 대비와 같은 시각적 조직 원리를 통해 재구성되는 지각 구조로 작용한다.

바흐친(M. Bakhtin)은 시공간체(chronotope) 개념을 통해 시간과 공간이 분리된 개념이 아니라 하나의 인식 단위 안에서 상호 침투하며 의미를 형성한다고 보았다. 이러한 관점은 광고 이미지에도 적용될 수 있으며, 서로 다른 공간 층위가 중첩되거나 병치될 때 관찰자는 단일한 공간이 아닌 다층적 공간 경험을 지각하는 것으로 해석될 수 있다. 이는 하나의 화면 안에서 공간적 깊이와 거리, 관계성이 동시에 구성되는 '시공간적 장(chronotopic field)'으로 이해될 수 있다.

르페브르(H. Lefebvre)는 공간을 사회적·문화적 실천 속에서 생산되는 구조로 보았으며, 시각 이미지 역시 단순한 물리적 공간의 재현이 아니라 시각적 배치와 상징적 관계를 통해 구성해석될 수 있다고 설명하였다. 광고 이미지 속 공간성은 이러한 관점에서 형태의 배치, 레이어(layer)의 중첩, 시선 흐름의 설계 등을 통해 관찰자의 지각 속에서 생성해석될 수 있다. 또한 아르하임(R. Arnheim)은 시각 장(visual field) 내 요소 간의 균형과 긴장 관계가 공간 지각을 형성한다고 보았으며, 이는 광고 이미지에서 전경-중경-배경의 심리적 깊이 형성, 시선의 집중과 확산 구조를 설명하는 중요한 이론적 근거가 해석될 수 있다.

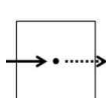
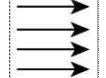
시각 요소의 방향성과 배열 방식은 공간성 지각을 형성하는 핵심 구조로 작용한다. 본 연구에서는 시각 요소의 방향 구조를 가로-세로-중심의 세 유형으로 구분하고, 각각이 형성하는 공간 인지 유형을 다음과 같이 정리하였다.

[표 11] 시각요소 방향 구조와 공간성 유형의 대응

| 시각 요소 인지유형   | 공간성 유형  |
|--|---------|
| 가로의 연속<br> | 평면적 이동성 |
| 세로의 연속<br> | 중첩적 상승성 |
| 중심적 연속<br> | 경계의 확장성 |

출처: 시공간 인식 이론(Arnheim, 1974; Lefebvre, 1991; Palmer, 1999)을 참조하여 연구자 재구성.

[표 12] 평면적 공간성의 가로의 연속 표현 구조

| 시각 요소 인지유형  | 도식   | 방향 / 의미         |
|---|--|-----------------|
| 가로의 연속<br> |  | 수평적 확장, 평면적 연속성 |

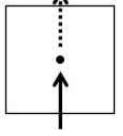
출처: Arnheim(1974), Gibson(1950) 이론 기반 연구자 재구성.

가로 방향의 시각 연속 구조는 시선이 좌우로 확장되며 화면을 따라 흐르는 평면적 공간 인식을 형성한다. 광고에서는 이러한 구조가 제품의 기능이나 메시지를 단계적으로 배열해 정보의 흐름을 자연스럽게 전달하는 방식으로 나타난다. 예를 들어, 동일 제품의 사용 과정을 좌에서 우로 순차적으로 배치하거나, 문장과 이미지를 수평선상에 정렬해 시선의 이동을 유도함으로써 서사적 전개를 구성한다. 이는 공간의 깊이보다는 구성 요소 간의 관계와 배열을 강조하는 구조로, 그래픽 광고나 타이포그래피 포스터에서 자주 나타난다.

이러한 평면적 공간성은 화면의 균형과 리듬을 강조하며, 시각 요소 간의 반복과 병치를 통해 안정된 시각 질서를 형성한다. 광고 수용자는 광고의 공간을 '들어가는 깊이'가 아니라 시선이 화면 전반으로 확장되며 요소들이 관계 속에 배열되는 '펼쳐진 장(field)'으로 인식한다. 결국 이러한 구조는 광고 이미지를 하나의 통합된 시각이미지로 조직하며 작용한다.

25) Bakhtin, Mikhail. The Dialogic Imagination: Four Essays. University of Texas Press, 1981.

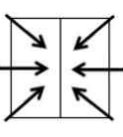
**[표 13] 중첩적 공간성의 세로의 연속 표현 구조**

| 시각 요소 인지유형 | 도식  | 방향 / 의미                    |
|------------|---|----------------------------|
| 세로의 연속     |  | 깊이감, 층위 중첩, 심리적 전경-중경배경 구분 |

출처: Arnheim(1974); Gibson(1950); Lefebvre(1991) 기반 재구성.

세로 방향 또는 레이어 구조의 중첩은 투명·반투명 이미지, 그림자, 간상 효과 등을 통해 전경·중경·배경의 심리적 구분을 형성하며 공간의 깊이와 층위를 생성한다. 깁슨(J. Gibson)의 생태지각 이론에 따르면 이러한 깊이 지각은 물리적 원근뿐 아니라 시각 정보의 중첩과 차폐 관계에 의해 형성되며, 광고 이미지에서는 관찰자에게 공간 속으로 ‘들어가는’ 몰입 경험을 유도한다.

**[표 14] 확장적 공간성의 중심적 연속 표현 구조**

| 시각 요소 인지유형 | 도식  | 방향 / 의미             |
|------------|---|---------------------|
| 중심적 연속     |  | 개방성, 확장성, 통합적 공간 흐름 |

출처: Arnheim(1974); Lefebvre(1991); Palmer(1999) 참조 재구성.

중심에서 외부로 확산되거나 외부에서 중심으로 수렴하는 시각구조는 공간의 경계를 확장하며 통합을 형성한다. 이는 브랜드 캠페인과 몰입형 광고에서 자주 활용되며, 아르하임의 시각적 균형 개념과 연결되어 시선을 중심에 집중시키거나 외부로 확장시키는 이중적 공간 경험을 생성한다. 따라서 이미지의 공간성은 물리적 재현을 넘어, 방향 구조·중첩 방식·시선 흐름을 통해 형성되는 인지적 경험으로 이해된다. 바흐친의 시공간체 개념은 이러한 공간 구조 속에서 시간 경험이 동시에 형성됨을 설명하며, 광고 이미지의 공간성이 시공간 통합 지각의 기반 구조로 작용함을 보여준다.

### 3-4. 통합형의 시각적 표현 구조와 유형

통합형 구조는 시간과 공간이 단순 병치 차원을 넘어, 시각 요소 간 상호작용 속에서 하나의 지각 체계로 융합되는 구조를 의미한다. 이는 중첩 통합형, 연결 확장형, 중심 수렴형, 방사 확산형으로 유형화되며, 서로 다른 시공간 층위가 겹치거나 시선 흐름에 따라 확장·수렴·확산되며 통합적 초점을 형성한다. 즉, 통합형 시각 구조는 다양한 시공간 요소가 상호작용해 단일한 시각 경험으로 통합되는 지각 메커니즘으로 이해할 수 있다.

바흐친(M. Bakhtin)의 시공간체(Chronotope) 개념은 이러한 통합 구조를 설명하는 핵심 이론적 기반이 해석될 수 있다. 그는 시간과 공간이 분리된 인식 범주가 아니라 상호 침투하며 의미를 형성하는 통합적 장이라고 보았다<sup>26)</sup>. 광고 이미지에서도 동일한 원리가 적용되어, 화면 내 시각 요소의 배열·중첩·흐름을 통해 시간의 진행과 공간의 확장이 동시에 경험해석될 수 있다.

르페브르(H. Lefebvre)는 공간을 사회적·지각적 실천 속에서 생산되는 구조로 보았으며<sup>27)</sup>, 통합형 광고 이미지 역시 물리적 공간이 아니라 시각적 관계망 속에서 형성되는 지각 공간으로 해석해석될 수 있다. 즉, 통합형 구조는 형태·색채·시선 흐름·간상 효과가 결합하여 시공간 인식을 확장시키는 복합적 시각 장이라 할 수 있다.

또한 아르하임(R. Arnheim)은 시각 장 내 요소 간 균형과 긴장 관계가 통합적 지각을 형성한다고 보았으며<sup>28)</sup>, 이는 광고 이미지에서 시간 흐름과 공간 깊이가 동시에 인식되는 시각적 통합 경험의 구조적 근거가 해석될 수 있다.

본 연구에서는 통합형 시각 구조를 시각 요소의 방향성과 중첩 구조를 기준으로 세 가지 유형으로 구분하였다. 이는 화면 내에서 요소들이 어떠한 방향성을 형성하며 상호 관계를 맺는지, 그리고 시간성과 공간성이 어떠한 방식으로 중첩·조직되는지를 분석 기준으로 삼았다는 점에서 방법론적 의의를 지닌다.

26) Bakhtin, M. (1981). The Dialogic Imagination.

27) Lefebvre, H. (1991). The Production of Space.

28) Arnheim, R. (1974). Art and Visual Perception.

[표 15] 시각요소 방향 구조와 통합형 유형 대응

| 시각 요소 인지유형 |  | 통합형 유형                  |
|------------|--|-------------------------|
| 가로<br>연속   |  | 선형의 시간,<br>이동 공간의 통합    |
| 세로<br>연속   |  | 상대성의 시간,<br>상승성의 공간의 통합 |
| 중심적<br>연속  |  | 순환의 시간성,<br>확장 공간성의 통합  |

출처: Arnheim(1974); Gibson(1950); Lefebvre(1991); Palmer(1999) 기반 재구성.

[표 16] 시간 흐름의 통합형 시각 표현 구조

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미                        |
|------------|----|--------------------------------|
| 가로의<br>연속  |    | 시간 흐름,<br>평면 확장,<br>내러티브<br>연결 |

출처: 시공간 통합 인식 이론 기반 연구자 재구성.

가로 방향 연속 구조는 시선의 좌우 이동을 통해 시간의 진행성을 시각화한다. 이러한 구조는 이미지 내 장면의 연결, 동작의 간상, 연속 동세 표현을 통해 내러티브적 시간 흐름을 형성한다.

이 구조에서 관찰자는 시선 이동 경로를 따라 사건의 전개와 시간의 순차성을 인식하며, 하나의 화면 안에서 '정지된 시간'이 아닌 '진행되는 시간'을 경험하게 해석될 수 있다.

[표 17] 심층적 몰입의 시각 표현 구조

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미                          |
|------------|----|----------------------------------|
| 가로의<br>연속  |    | 공간 깊이,<br>층위 중첩,<br>심리적 시각<br>이동 |

출처: Arnheim; Gibson; Bakhtin 이론 기반 재구성.

세로 방향 중첩 구조는 공간 깊이와 시간 층위를 동시에 형성한다. 투명 중첩, 간상, 다중 노출 이미지 등은 전경-중경-배경을 심리적으로 구분하며 시간의 중첩성을 강화한다.

이 구조에서 관찰자는 단일 시점이 아니라 복수 시점과 시간층을 동시에 인식하며, 공간 속으로 '들어가는' 몰입 경험을 형성한다.

[표 18] 통합적 시공간 경험의 시각 표현 구조

| 시각 요소 인지유형 | 도식 | 방향 / 의미            |
|------------|----|--------------------|
| 가로의<br>연속  |    | 통합감, 순환성,<br>공간 확장 |

출처: 시공간 통합 인식 이론 기반 연구자 재구성.

중심 수렴 또는 확산 구조는 시간과 공간이 하나의 장으로 통합되는 구조를 형성한다. 이는 브랜드 캠페인 이미지나 영상형 광고에서 자주 나타나며, 시선이 중심으로 모이거나 외부로 확산되며 순환적 시공간 경험을 형성한다.

이 구조에서 시간은 선형적으로 흐르기보다 순환 반복-응축된 형태로 인식되며, 공간 역시 고정된 배경이 아니라 확장-수축하는 장으로 경험해석될 수 있다.

이상과 같이 통합형 시각 구조는 단순한 중첩 표현을 넘어 시간성과 공간성이 동시에 작동하는 시공간 통합 지각 메커니즘을 형성한다.

특히 광고 이미지 속 통합 구조는

시간 흐름의 내러티브화

공간 깊이의 층위화

시선 중심의 통합화

이러한 과정은 관찰자에게 몰입적 경험을 제공하는 것으로 해석된다.

이는 경계가 해체되어 전경과 배경, 내부와 외부, 과거와 현재와 같은 이분법적 구분이 명확히 분리되지 않고 상호 침투하며 유동적으로 융합되는 상태를 의미하는 'Boundary Blurring' 현상을 지각 차원에서 설명하는 핵심적인 시각 구조로 가능하다. 이러한 구조는 관찰자가 고정된 시점이 아니라 다층적 시공간 시점 속에서 화면을 인식하도록 유도한다.

## 4. 광고 사례 분석 및 시각적 유형 적용

### 4-1. 시간성 표현 광고 사례

시간 요소의 중첩은 광고 이미지에서 시간의 흐름, 반복, 지속, 전환과 같은 리듬을 시각적으로 표현하는 장치로 작용한다. 이러한 표현은 시선의 이동과 방향성의 연속을 통해 시간성을 지각하게 하며, 관찰자가 화면 속에서 진행감, 위상 변화, 순환적 흐름을 동시에 인식하도록 한다. 즉, 화면 안에서는 시간의 흐름과 내러티브적 연결, 세로 방향의 관계적 리듬, 중심 방향의 순환적 감각이 형성된다. 이러한 구조는 광고 이미지의 시간적 축을 구성하며 관찰자의 인식 속에서 시간적 경험을 확장한다.

[표 19] 시간요소의 중첩에 의한 동시성

| 시각 요소 인지유형 | 시각적 효과 | 대표 사례                      |                       |
|------------|--------|----------------------------|-----------------------|
| 가로의 연속     |        | 선형적 시간성, 내러티브 흐름, 진행성      | 자동차 광고, 내러티브형 포스터     |
| 세로의 연속     |        | 상대적 시간성, 위상 변화, 관계적 시간 흐름  | 패션 광고, 건축적 브랜드 캠페인    |
| 중심적 연속     |        | 순환적 시간성, 반복 확장, 통합적 시공간 경험 | 영상형 포스터, 브랜드 아이덴티티 광고 |

[표 20] 시간성 표현 광고 사례

| 요소     | 주요 작용                      | 사 례 | 시각 요소 구조                                       | 시각 방향 구조 | 중첩 방식                 | 시선 유도 방향                                    | 공간성 작용 구조                                  | 사공간 통합 효과                                      | 출처   |
|--------|----------------------------|-----|--|----------|-----------------------|---|--|--|--|
| 가로의 연속 | 선형적 시간성, 내러티브 흐름, 진행성      |     | 반복 동작 프레임의 수평 배열과 인체 실루엣의 연속 중첩 구조             |          | 동작 기반 반복 중첩           | 연속 배열을 따라 시선이 좌측에서 우측으로 순차적으로 이동하는 선형 흐름 구조 | 수평 확장을 통해 장면의 깊이와 공간의 형성                   | 반복 동작의 리듬을 통해 시간의 흐름과 공간의 확장이 된 서사적 시공간 경험을 유도 | N i k e Tennis Campaign Poster (Agency: Netoffice), Behance. |
|        |                            |     | 달리기 인물의 연속 동작이 다중 실루엣으로 중첩된 구조                 |          | 동작 기반 반복 중첩           | 왼쪽 출발 물에서 오른쪽으로 이동하는 시선 흐름                  | 동작 전개에 따라 평면 공간을 운동 공간 구조                  | 달리기 시간 흐름이 연속 동작 중첩을 통해 동시 지각된다                | Global Academy for Learning,                                 |
| 세로의 연속 | 상대적 시간성, 위상 변화, 관계적 시간 흐름  |     | 인물 프로파일 내부에 자연 풍경과 건축 공간이 투명 레이어로 중첩된 수직 위계 구조 |          | 투명 시공간 융합 구조          | 투명 관입 중첩 구조                                 | 인물 하단에서 상단으로 이동하며 기억과 체성의 시간 위를 인지하는 수직 흐름 | 전경(인물)과 배경(자연-건축)이 심리적 깊이를 형성하는 층위적 공간 구조      | Studio Ghibli Exhibition Poster, 2015.                       |
|        |                            |     | 상대적 시간성, 위상 변화, 관계적 시간 흐름                      |          | 상·하 위계 수직 이동 구조       | 위·하단 기반 수직 시선 흐름                            | 위·하단 → 상·하단으로 확장되는 공간의 수직 합 구조             | 공연 공간과 인물 내면 상경이 결합된 시공간 경험 형성                 | Hip-hop Performance Poster, Théâtre de Ménilmontant.         |
| 중심적 연속 | 순환적 시간성, 반복 확장, 통합적 시공간 경험 |     | 종(벨) 이미지를 기준으로 다중 색채 방사형으로 중첩된 확장 구조           |          | 중심에서 외곽으로 확산되는 방사형 흐름 | 색채 투명 중첩 기반 확산 구조                           | 음향 진동이 색채 확산 형태로 감각적 공간 확장 구조              | 음향 진동이 색채 확산 형태로 감각적 공간 확장 구조                  | B e l l Ringing Advertising Poster.                          |
|        |                            |     | 동일 인물의 다양한 경기 순간이 중심 이미지를 기준으로 다중 중첩된 구조       |          | 동일 인물의 장면 중첩          | 중심 초상에서 주변 경기 장면으로 확장되는 방사형 시선 흐름           | 전경 인물과 배경 경기 공간이 결합된 다중 시공간 구조             | 선수 경기의 순수와 성취 서사가 통합된 상징적 시간 경험 형성             | Under Armour Golf poster.                                    |




#### 4-2. 공간성 표현 광고 사례

공간 요소의 중첩에 의해 형성되는 동시성은 시선의 방향성과 공간의 층위 구조를 통해 구현해석될 수 있다.

가로의 연속은 평면의 확장 and 연결을 통해 공간적 연속성을 강화하고, 세로의 연속은 상·중·하의 깊이 중첩을 통해 공간의 층위와 심도를 형성한다.

중심적 연속은 화면 전체의 통합적 확장을 유도하며, 시선의 수렴과 확산을 통해 시공간 통합 지각을 가능하게 한다.

[표 21] 공간요소의 중첩에 의한 동시성

| 시각 요소 인지유형  | 시각적 효과                  | 대표 사례             |
|---|-------------------------|-------------------|
| 가로의 연속<br> | 시선의 평면적 확장, 연결, 공간의 연속성 | 자동차 광고, 내러티브형 포스터 |
| 세로의 연속<br> | 공간의 깊이, 상·중·하의 층위적 중첩   | 건축제품 광고, 설치형 포스터  |
| 중심적 연속<br> | 통합감, 개방성, 시공간 융합        | 브랜드 캠페인 영상형 포스터   |

[표 22] 공간성 표현 광고 사례




| 요소     | 주요 작용                   | 사 례   | 시각 요소 구조                                     | 시각 방향 구조  | 중첩 방식                    | 시선 유도 방향                               | 공간성 작용 구조                              | 시공간 통합 효과                               | 출처   |
|--------|-------------------------|---|--|---|--------------------------|--|--|---|--|
| 가로의 연속 | 시선의 평면적 확장, 연결, 공간의 연속성 |    | 도시 모델 공간과 차량 객체가 병렬 배치된 평면 확장 구조             |    | 도시 구조물과 차량 이미지의 평면 병치 중첩 | 차량 간 수평 이동 시선 흐름                       | 가상 전시 공간의 연속적 연결 구조                    | 도시 전시 공간 확장에 따른 공간 몰입 경험 형성             | Cloud Auto Show Campaign / China / 2020                |
|        |                         |    | 가방 외곽 내부 사물 병치 구조                            |    | 평면 콜라주 중첩 구조             | 외곽 가방 형상에서 내부 사물 요소로 시선이 이동하는 흐름       | 가방 외곽과 내부 사물이 결합된 평면 확장 구조             | 시간 서사 없이 기능적 영상 중심의 공간 통합 인지 효과 형성      | O I W A S Luggage Advertising Campaign                 |
| 세로의 연속 | 공간의 깊이, 상·중·하의 층위적 중첩   |  | 인물 프로파일 내부에 건축 주거 공간이 삽입된 중첩 구조              |  | 투명 관입 기반 공간 삽입 중첩        | 인물 상부에서 하부 건축 공간으로 이동하는 수직 시선 흐름       | 인체 실루엣과 주거 건축 공간이 결합된 공간 층위 확장 구조      | 개인 정체성과 주거 라이프스타일 공간이 결합된 공간 경험 형성      | Pune Ville Real Estate Advertising Poster              |
|        |                         |  | 생수 병 내부에 산악 호수 초원 동식물 생태 경관이 삽입된 다층 공간 중첩 구조 |  | 투명 관입 기반 공간 삽입 중첩        | 병 상부 수원 이미지에서 하부 생태 경관으로 이동하는 수직 시선 흐름 | 제품 용기 내부에 자연 생태 공간이 확장 삽입된 공간 층위 확장 구조 | 청정 수원 환경과 생태 순환 이미지가 결합된 자연 시공간 인식 형성   | Tibet Spring Mineral Water Advertising Poster          |
| 중심적 연속 | 통합감, 개방성, 시공간 융합        |  | 인물 프로파일 실루엣 내부에 동물 형상이 결합된 이중 이미지 구조         |  | 형태 결합 기반 중첩 구조           | 형태 결합 기반 상징 중첩 구조                      | 인물 외곽 윤곽을 따라 중심 내부 형상으로 수렴하는 집중형 시선 흐름 | 외부 인물 공간과 내부 동물 상징 공간이 결합된 심리적 이중 공간 구조 | Corega Denture Adhesive Campaign, Print Advertisement. |
|        |                         |  | 인물 우주·미디어 배경 결합 이중 레이어 구조                    |  | 중심 기원 방향 구조              | 인물 외곽 윤곽으로 이동하는 시선 흐름                  | 우주·인물·미디어 결합 이중 공간 구조                  | 현실·가상 융합·시공간 경험 형성                      | MTN / n.d. YOTV Channels Campaign                      |

### 4-3. 통합형 표현 광고 사례








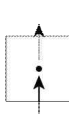

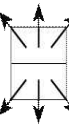


통합형 시각 구조는 시간의 연속성과 공간의 확장성이 결합된 형태로, 시각 요소 간 중첩을 통해 하나의 통합된 시공간 경험을 형성한다. 이는 시선의 방향 이동과 층위 결합을 통해 시간 흐름과 공간 깊이를 동시에 인지하도록 경험으로 이해될 수 있다.

통합형 중첩 구조는 시간 흐름과 공간 확장이 결합된 시각 통합 체계를 형성하며, 광고 이미지 속 시공간 동시성을 강화한다.

[표 23] 통합요소의 중첩에 의한 동시성

| 시각 요소 인지유형 | 시각적 효과  | 대표 사례                      |                     |
|------------|---|----------------------------|---------------------|
| 가로의 연속     |  | 시간의 진행과 평면 확장의 연결          | 자동차 광고, 내러티브형 포스터   |
| 세로의 연속     |  | 공간의 깊이, 시간-공간적 층위 연결       | 패션 캠페인, 건축적 구조 포스터  |
| 중심적 연속     |  | 시간과 공간의 동시적 확장, 통합적 시공간 경험 | 브랜드 정체성 포스터, 영상형 광고 |

[표 24] 통합형 표현 광고 사례

| 요소     | 주요 작용                      | 사례  | 시각 요소 구조                                      | 시각 방향 구조  | 중첩 방식                      | 시선 유도 방향   | 공간성 작용 구조                                 | 시공간 통합 효과                                     | 출처  |
|--------|----------------------------|---|---|---|----------------------------|--|---|---|---|
| 가로의 연속 | 시간의 진행과 평면 확장의 연결          |    | 인물 실루엣 내부에 도사 자연 경관이 이중 노출로 결합된 통합 중첩 구조      |    | 투명 관입형 시공간 중첩              | 좌-우 수평 시선 흐름   | 인물 외형을 경계로 이질적 공간이 병치-확장되는 구조             | 현재 자아와 환경 기억 공간이 결합된 통합적 시공간 동시성 형성           | Moon Club / 2014 / Humanize Campaign Poster         |
|        |                            |   | 인물 실루엣 내부에 또 다른 인물 행위 장면이 이중 노출된 서사 중첩 구조     |    | 투명 관입형 시공간 중첩              | 전면-후면 서사적 시선 흐름                                      | 외형 경계를 따라 다중 시간 장면이 병치되는 구조               | 음악 경험의 시간성과 자아 정체성이 결합된 통합 시공간 경험 형성          | JBL / 2016 / Let The Music Play Campaign            |
| 세로의 연속 | 공간의 깊이, 시간-공간적 층위 연결       |  | 폭포 자연 경관 속에 생수 병 제품 형상이 결합된 자연-제품 통합 중첩 구조    |  | 투명 관입형 시공간 중첩              | 상부 수원 → 병 중앙 라벨 → 하부 수면으로 이동하는 상-중-하 수직 시선 흐름        | 자연 (폭포, 암벽)과 제품 공간이 결합된 수직 심도 확장 공간 구조 형성 | 자연 수원에서 제품으로 이어지는 생명순환 상경의 공간 연속 인지 효과 형성     | Spring Water Advertising Campaign                   |
|        |                            |  | 인물에 도시 건축 이미지와 기념 조형물이 다층적으로 삽입-중첩된 복합 레이어 구조 |  | 투명 관입 기반 인물 건축 공간 상징 융합 중첩 | 상부 건축 이미지에서 인물 시선 영역을 거쳐 하부 기념 조형물로 이동하는 세로 흐름 시선 구조 | 건축물에서 인물 시선 영역을 거쳐 조형물로 이동하는 세로 흐름 시선 구조  | 도시 건축 공간과 인물 정체성 상징 공간이 결합된 다층 공간 통합 구조       | City Branding Campaign Advertisement.               |
| 중심적 연속 | 시간과 공간의 동시적 확장, 통합적 시공간 경험 |  | 인물 프로파일 내부에 나비 날개 투명 레이어로 결합된 형상 융합 구조        |  | 투명 관입형 시공간 융합 중첩 구조        | 인물 중심에서 나비 날개 외곽으로 확산되는 중심-외곽 시선 흐름                  | 인물 내부에 생명 이미지가 관입되어 내·외부 공간이 상호 공간 구조 형성  | 변형-재생의 시간 상징과 생명 확장의 공간 인식이 결합된 순환적 시공간 경험 형성 | Butterfly Metamorphosis Poster, ANURA Brand Visual. |
|        |                            |  | 모터사이클 인물 실루엣과 자동차 외형이 투명 레이어로 결합된 형상 중첩 구조    |  | 이질 교통 수단 형상의 투명 관입 중첩      | 중심 인물에서 차량 외곽으로 확장되는 통합 시선 흐름                        | 인물과 차량 형상이 동일 공간 안에서 결합되며 상징적 이동 공간을 형성   | 교통 수단의 진화 시공간 경험이 통합된 미래 지향적 시공간 인식을 유도       | Smart Car Advertising Poster.                       |

## 5. 결론

본 연구는 광고 커뮤니케이션 이미지에 나타나는 중첩 이미지 중심으로 시각적 동시성이 인지적 차원에서 어떠한 방식으로 시공간 지각을 형성하는지를 규명하고자 하였다. 이를 위해 시각 요소의 배열 구조, 중첩 유형, 시선 유도 방향을 분석 기준으로 설정하고 시간성·공간성·시공간 통합 경험 간의 관계를 구조적으로 고찰하였고 다양한 광고 사례를 유형별로 분석하였다.

연구 결과는 다음의 네 가지 연구 문제에 대응해 정리할 수 있다.

첫째, 광고 이미지에서 중첩된 시각 요소들은 어떠한 표현 방식으로 시간적·공간적 관계를 조직하며 시각적 동시성을 형성하는가에 대한 결과이다.

분석 결과, 시각 요소의 가로·세로·중심 방향 배열은 각각 상이한 시공간 관계 조직 방식을 형성하는 것으로 해석되었다. 가로 방향의 연속적 배열은 시선 이동의 흐름을 통해 시간의 진행성과 선형성을 강조하는 표현 특성을 보였으며, 세로 방향의 중첩 구조는 공간의 위계와 깊이 인식을 강화하는 시각적 장치로 작동하는 경향을 보였다. 또한 중심 지향적 중첩 구조는 복수의 시각 요소를 하나의 장면으로 통합하며 시공간 관계를 동시에 지각하게 하는 통합적 경험의 가능성을 형성하는 표현 방식으로 해석되었다.

둘째, 중첩에 의한 동시성 표현은 광고 디자인 맥락에서 어떠한 시공간 표현 특성과 의미 구조를 형성하는가에 대한 결과이다.

연구 결과, 중첩 구조를 통한 시각적 동시성은 시간성, 공간성, 그리고 통합성의 세 가지 시공간 표현 특성으로 유형화할 수 있다. 시간성 측면에서는 선형적 흐름, 상대적 시간 인식, 순환적 시간 구조가 나타났으며, 공간성 측면에서는 이동, 상승, 확장 등의 공간 관계가 시각적으로 재현되는 경향을 보였다. 더 나아가 이들 요소가 결합된 통합적 표현 구조에서는 시간과 공간이 상호 연계적으로 조직되며 다층적 시공간 의미 구조가 형성되는 것으로 해석되었다.

셋째, 시각적 동시성은 어떠한 시각적 조직 구조를 통해 시간의 연속성과 공간 관계의 확장 가능성을 표현하는가에 대한 결과이다.

분석 결과, 시각적 동시성은 시각 요소의 방향성에 기반한 조직 구조를 통해 구체화되는 것으로 나타났다. 가로 연속 구조는 시간의 진행과 사건의 연속성

을 시각적으로 암시하며, 세로 연속 구조는 공간의 층위와 상승 관계를 강조하는 표현 특성을 보였다. 중심 연속 구조는 시선의 집결과 확산을 동시에 유도하며 시공간 요소가 하나의 장면 안에서 통합적으로 조직되는 구조적 특성을 형성하였다. 이러한 조직 구조는 시각 정보가 관찰자 내부에서 재구성되는 인지 과정을 통해 시공간 지각으로 확장될 수 있음을 시사한다.

넷째, 중첩 이미지는 어떠한 방식으로 시공간 통합 표현 구조를 구성하는가에 대한 결과이다.

사례 분석을 종합한 결과, 중첩 이미지는 투명 관입, 반복 배열, 형태 결합 등 다양한 시각적 방식으로 구현되며, 이러한 중첩 방식은 시간성과 공간성을 분리된 차원이 아니라 상호 연계된 관계 속에서 조직하는 표현 장치로 작동하는 것으로 해석되었다. 특히 선형 시간과 이동 공간의 결합, 상대 시간과 상승 공간의 결합, 순환 시간과 확장 공간의 결합과 같은 통합 유형이 도출되었으며, 이는 시공간 요소가 통합적으로 지각될 수 있는 구조적 가능성을 보여준다.

이와 같은 분석 결과를 종합해 본 연구는 시각적 중첩과 동시성 현상을 시공간 인식의 확장 과정으로 해석하고, 이를 구조적으로 설명하기 위한 '시각화 도식(visualized diagram)'을 제안하였다. 해당 도식은 시각적 방향성과 인지 메커니즘 간의 관계를 통합적으로 모델링한 구조 틀로서, 경계 모호화 현상이 시간과 공간, 그리고 통합적 경험의 교차 지점에서 작동하는 양상을 시각적으로 해석할 수 있도록 제시한다.

나아가 본 연구는 광고 이미지 분석을 형식적 조형 분석 차원을 넘어 시각적 중첩을 통한 시공간 통합의 인지적 과정을 해석하는 이론적 접근 틀을 제시하였다는 점에서 의의를 지닌다. 향후 연구에서는 디지털 인터랙티브 미디어 환경에서 나타나는 동적 중첩 구조와 사용자 참여에 따른 시공간 지각 변화를 실증적으로 분석할 필요가 있다. 또한 시각디자인 분야에서는 편집 디자인, 브랜드 아이덴티티 디자인, 인터페이스 디자인 등 다양한 영역에서 중첩 구조가 정보 위계 형성, 사용자 경험 설계, 감성적 몰입 유도에 어떠한 방식으로 기여하는지를 구체적으로 규명하는 연구가 요구된다.

---

## 참고문헌

1. 김영민, 「중첩의 특성을 활용한 시각디자인의 시공간적 표현 연구」, 『기초조형학연구』, 20(6), 2019, pp.53-62.
2. 박지현, 「Chronotope 개념을 활용한 시각예술의 시공간 구조 분석」, 『미학예술학연구』, 19(1), 2021, pp.23-37.
3. 박철수, 「광고이미지의 시각적 구조 연구」, 『시각디자인학연구』, 29(3), 2012, pp.45-57.
4. 신석규, 「시공간적 무브먼트에 관한 연구」, 『한국시각디자인학회지』, 8(2), 2010, pp.115-128.
5. 이은경, 「시각요소의 방향성과 감성 이미지 표현」, 『디자인학연구』, 31(4), 2018, pp.77-92.
6. 정유진, 「디지털 광고 이미지의 감성 몰입 구조 연구」, 『디자인문화』, 50, 2020, pp.121-134.
7. 정진희, 「무용적 표현을 통한 시각적 감각 확장 연구」, 『한국시각문화학회지』, 12(3), 2017, pp.85-97.
8. 최윤정, 「시각적 중첩을 통한 동시성 표현의 특성 분석」, 『디자인학연구』, 28(3), 2015, pp.45-56.
9. Arnheim, R., Visual Thinking, University of California Press, 1969.
10. Arnheim, R., New Essays on the Psychology of Art, University of California Press, 1986.
11. Arnheim, R., The Power of the Center: A Study of Composition in the Visual Arts, University of California Press, 1988.
12. Bachelard, G., The Poetics of Space, Beacon Press, 1964.
13. Gibson, J. J., The Perception of the Visual World, Houghton Mifflin, 1950.
14. Gombrich, E. H., Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation, Princeton University Press, 1960.
20. Itten, J., The Elements of Color, Wiley, 1970.
34. Koffka, K., Principles of Gestalt Psychology, Harcourt Brace, 1935.
9. Representation and Processing of Visual Information, W. H. Freeman, 1982.
18. Treisman, A., "A Feature-Integration Theory of Attention," Cognitive Psychology, 12(1), 1980, pp.97-136.
22. Wertheimer, M., Laws of Organization in Perceptual Forms, Harcourt Brace, 1938.
25. Wong, W., Principles of Form and Design, John Wiley & Sons, 1993.