

게슈탈트(Gestalt) 시지각 법칙에 관한 연구
- 영화포스터를 중심으로 -

A Study on Visual Perception of Gestalt Laws

박 일 재

조선대학교

이 논문은 2001년도 조선대학교 학술연구비의 지원을 받아 연구 되었음.

박 일 재

Park Il-Jae

조선대학교, 홍익대학교 대학원 졸업
 미국디즈니랜드초청 테마파크류 조사 및 연수(87)
 대한민국 산업디자인 전람회(상공부장관상수상)
 대한민국 산업디자인 전람회(초대작가, 심사위원)
 대흥기획 제작팀장 역임(부장)
 현, 한국비주얼디자인 학회(KCVD)회장
 한국시각정보협회의(VIDAK)이사
 한국산업디자인진흥원 중소기업지도업체
 지도위원(95~2003)
 조선대학교 미술대학디자인학부 교수
 조선대학교 디자인대학원 주임(시각디자인전공)
 조선대학교 미술대학 학장

Contents

Abstract

I. 서론

- 1 연구의 목적
- 2 연구의 범위 및 배경

II. 본론

- 1 게슈탈트(Gestalt) 이론의 배경
 - 1) 게슈탈트(Gestalt)정의
 - 2) 게슈탈트(Gestalt)심리학의 형성
 - 3) 게슈탈트(Gestalt)시지각 유형
- 2. 게슈탈트(Gestalt)법칙
 - 1) 단순화법칙
 - 2) 집단화법칙
 - 3) 등가성법칙
 - 4) 전경과배경의 법칙
- 3. 게슈탈트(Gestalt)법칙이 적용된 포스터의 사례분석
 - 1) 단순화법칙
 - 2) 집단화법칙
 - 3) 등가성법칙
 - 4) 전경과배경의 법칙
- 4. 게슈탈트이론에 의한 90년대 영화포스터 분석 결과
 - 1) 90년대 국내 · 외 흥행영화 top 10
 - 2) 90년대 국내 · 외 흥행영화 top 10 포스터를 중심으로 게슈탈트(Gestalt)법칙 분석 결과
 - 3) 문제점과 지향점

IV. 결론

설문조사

참고문헌

Abstract

For the Sake of the mediocrity of modern society complicated and sophisticated, adopted of psychology, the design has the components in common or as whole. The Gestalt psychology completed on the coming of the 20th century's Psychology school, testifies the reaction of human mentality and beings applying to the design. The design applied by such psychology, escaping from the past estheticism, could be accounted for systematically and solve the organically.

Accordingly, the creative process of design from the past is not the behavior caused from the vague inspiration, but only the common creativity caused by individual sight. However, the premature step of the Gestalt psychology had hard nut to crack in the way of thinking the theory. Which didn't make designers show as much as they thought of exactly. The Gestalt psychology, disclosed by Wertheimer Based on Physics and psychology the rearms and system themselves refer to psychological consideration, so it was applied to the sphere of artistic psychology, which was amended and complemented by Metzger and Murch.

The meaning of Gestalt, they pledge is a concept of entirety, i.e., the whole is at the behind the combination of the part and part; the psychology based on such theory is the inclination of division into simplicity, equilibrium, grouping, and figure-Ground. citing and applying movie poster, this theory should be analysed to its own "Gestaltung".

Such analysis present a aspect of design on the basis of the systematism and could account for the installation of new source in design.

1. 서론

인류가 시작된 이래 인간이 선택한 최초의 의사소통의 수단은 그림이었다. 중석기 시대의 북스페인 알타미라 (Atamira) 동굴벽화와 같은 선사시대의 벽화에서도 알수 있듯이 인간이 사물의 본질 파악을 시각에 우선적으로 있음을 알 수 있다.

인간이 외부로부터 받아들이는 정보의 70%는 다섯가지 감각기관중 시각에 의해 정보화 된다. 그러나 인간의 시각이 보이는 모든 것을 수용하여 정보화하는 것은 아니다. 인간의 시각에 의한 지각과정은 외부의 시각자극이 망막의 시신경을 통하여 대뇌의 시각영역으로 전달되어 지각되는데 인간은 망막에 비치는 것 그대로를 지각하는게 아니라 물체에 대해서 가지고 있는 과거의 경험·정보를 토대로 불완전한 시각을 보충하여 정보화 한다. "사람들은 이미지를 보는 것이지 사물을 보는 것이 아니다. 망막위에 떨어지는 빛의 감각들은 거의 동시에 이미지라고 불리는 의미있는 실체로 변형된다. 물론 시각적인 과정들은 눈에서 일어나지만 우리는 지각이라는 마음의 기능을 통하여 어떤 방법을 통해서든지 그것을 특징짓고 거기에 의미를 부여하지 않고는 감각을 경험할수 없다. 그러므로 우리는 이미지를 우리의 목적을 위해 의미를 지닌 시각적 감각들의 결과라고 규정할 수 있다. "그러므로 동일한 조형작품이라 하더라도 개인의 환경(교육, 경험, 문화)정도에 따라 시각적으로 보이는 것을 받아들이는 정도가 다르다는 것을 의미한다.

인간은 정보를 수용하는데 있어서 지각되는 정보의 복잡함과 예매함을 정리하고 단순하여 수용하려고 하는 특징이 있는데 이는 인간이 어떤 시각적 대상을 지각하는데 있어 어느정도 기본적인 보편성이 존재함을 의미한다. 이것을 '논리적으로 설명하고 있는 것이 계슈탈트(Gestalt)시지각 법칙은 단순화 법칙,집단화 법칙,등가성의 법칙, 전

경과 배경의 법칙으로 분류되고 있는데 이 모든 법칙들은 전체적인 구조의 특징을 강조하고 파악하기 위한 것이다. 정보의 홍수시대라고 불리는 이시대에 디자이너는 대중에게 작품을 통해 전달하고자하는 정보와 디자인의도를 확실히 전달해야하고 또 대중이 무수히 많은 시각정보들중에서 자신의 정보를 선택하도록 좋은 아이디어와 효율적인 표현방법으로 디자인하여야한다.

본논문에서는 디자이너가 다양하고 각기 다른 환경을 가지고 있는 대중들에게 서로 같이 공감할수 있는 공통성에 대한 실마리를 제공하기 위해서 우리가 시각적 대상을 보고 어떻게 지각하는가에 대한 부분을 좀더 논리적으로 설명하고 있는 계슈탈트(Gestalt)시지각 법칙에 대해 알아보고 이를 적용한 영화 포스터디자인을 중심으로 연구해 보고자한다.

본 연구의 목적은 정보화 매스미디어 시대를 사는 현대인들이 시각적 정보를 선택함에 있어서 우선적이고 공동적인 지각에 대한 디자인의 체계적인 측면을 계슈탈트(Gestalt)시지각 법칙을 통하여 알아보고 디자이너와 대중사이에 원활한 커뮤니케이션을 위한 가장 기본이 되는 원리로 계슈탈트(Gestalt)이론을 제시하면서 이를 토대로 더욱 발전되고 효과적인 영화포스터 디자인의 방향을 제시하려는데 목적이 있다.

II. 본론

1. 계슈탈트(Gestalt) 이론의 배경

1)계슈탈트(Gestalt)정의

사람에게 있어 '형태'란 물리적 현실성이기보다는 시각에 의해 얻어진 정보가 지각에 의해 체계화 된 것이다. 이때 인간은 시각적 대상의 부분적 속성들 보다는 이들을 체계

화된 전체로서 지각하게 되는데 이를 게슈탈트(Gestalt)라 한다.

게슈탈트(Gestalt)는 '조형'을 의미하는 Gestaltung을 어원으로 하는 독일어로서 용어 그 자체를 해석하기란 쉬운 일이 아니다. 영어에서는 'Shape', 'form'과 비슷한 의미로 우리말로는 '형태'라고 번역되어 쓰여지고 있다. 하지만 게슈탈트(Gestalt)는 단순한 형태의 의미가 아니고 구조의 개념이 강조된 '전체(whole, wholeness)'라는 의미(뜻)에 더 가깝다.

형태심리학자들에 의하면 인간이 어떤 대상을 지각할 때 그 대상의 부분을 인식하는 것 보다 빠르게 그 전체적 특징을 먼저 지각한다고 한다. 이것은 인간이 가장 적합하고 단순하며 안정된 구조로 대상이나 사건을 파악하려는 경향이 있기 때문이다. 미술작품과 같은 복잡한 구조의 대상에 대한 지각도 이와 크게 다르지 않다. 또한 형태심리학자들은 우리가 가장 효과적이고 가장 경제적인 해석을 선호한다고 설명한다. 이 경제적인 해석은 보편적 인식의 경향이다. 예를들어 애국가를 배운 사람은 애국가가 피아노, 바이올린, 피리 등 어떤 다른 악기로 연주되더라도 즉시 애국가임을 알아낼 수 있다. 또 삼각형은 종이로 만들어졌거나 나무로 만들어 졌거나 그 재료에 상관없이 모두 삼각형으로 지각된다. 자세히 살펴보면 피아노와 피리의 자극 내용은 다르며 종이와 나무의 자극내용도 각각 다르다.

이렇게 다른 자극임에도 불구하고 아무런 의심없이 '애국가'나 '삼각형'으로 지각되었다면 이것은 부분적인 속성들 보다는 체계화된 전체를 지각하는 우리 내부의 심리적 매커니즘 때문이다. 이것이 구조적이며 전체적 개념의 게슈탈트(Gestalt)이다.

게슈탈트(Gestalt)는 사물이 배치되는 방식을 의미하는 것으로 사물의 추상적 형태, 질료와 구분되는 형상을 의미하는 것이 아니라 그것자체의 구조 내지는 체계를 갖는 대상 자체를 의미한다. 그래서 대상의 전체, 형태 또는 형을

의미하며 조직이라는 의미를 가진다. 게슈탈트(Gestalt)는 부분들을 각각 지각하는 것이 아니라 전체로 조직화하여 지각하는 '전체는 부분의 합보다 크다'라는 고유 구조에서 출발,우리눈이 어떻게 시각 경험을 조직화하는가를 연구하여 형태에 관한 여러 가지 시지각법칙을 제시하고 있다.

2) 게슈탈트(Gestalt) 심리학의 형성

초기 심리학은 철학에서 파생되어 인간의 정신활동 즉 감정, 욕구, 인지, 추리, 의사 등과 같은 정신적인 것이 연구의 대상이었다. 그러나 자연과학이 발달함에 따라 심리학에도 자연과학적 연구방법을 도입하면서 인간연구에 대한 심리학의 성격은 질적으로 많이 변화하였다. 특히 1880-1910년대 심리학의 연구대상은 주로 인간의 의식, 감각, 지각 등과 같이 두뇌나 신경조직에 관한 연구가 많이 이루어졌는데 인간의 눈과 두뇌가 지각과정에서 어떻게 작용하는가를 측정하는 지각심리학은 모든 사회과학분야에 일어나는 커다란 움직임이었다. 이러한 움직임은 신 지각 이론의 5가지 주요 학파로 집중되어 이론적으로 실험적으로 연구되기 시작하였다. 그렇지만 각 학파들은 최선의 인간연구방법에 관한 각기 다른 견해를 가지고 있었다.

그 중의 하나인 게슈탈트(Gestalt) 심리학은 막스 베르트하이머(M. Wertheimer(1830-1943), 쿼트 코프카(K. Koffka 1886-1941), 볼프강 켈러(W. Kohler 1887-1967)등의 소위 베를린 학파가 제창한 형태주의 심리학으로 인간의 마음과 행동에 관한 연구를 시작으로 특히 형태의 지각관계에 역점을 두었다. 지각 심리학의 기본 개념은 인간의 행동을 이해할 때 외부에서 보는 것이 아니라 행동하는 본인의 입장에서 이해하는 것으로 이러한 시지각에 대한 지식의 기반은 대부분 게슈탈트(Gestalt)이론을 바탕으로 하였으며 이 지각의 심리학적 연구를 토대로 생긴 분야들을 게슈탈트(Gestalt)심리학이라고 한다.

3)게슈탈트(Gestalt)시지각 유형

1923년 독일의 베를린학파인 베르트하이머(M. Wertheimer) 켈러(W. Kohler), 코프카(K. Koffca)에 의해 발표된 "눈의 생리학적 측면에 기초를 둔 지각 체계화(organization of perception)"에 대한 연구를 출판함으로써 게슈탈트(Gestalt)의 기초가 수립되었다. 게슈탈트(Gestalt)는 형태인지 심리학을 의미하는 것으로 인간이 시각적 대상을 지각하는 형태를 말한다. 인간의 다섯가지 감각중 시각은 외부 환경의 정보를 형상화시켜 대뇌에 기억 시킬수 있는 유일한 기관이며 이러한 시지각의 역량은 "인간이 지각적 세계를 구성 할때 그 지식의 2/3가 시지각을 통해 획득된다."코넬 J.Mc Conell의 언급에서도 알 수 있다.

그럼 '본다'고 하는 것은 무엇일까?

보는 일은 본질적으로 사물의 위치를 정확하게 알게하는 정보로서의 개념이다. 하지만 인간은 망막에 비치는 것 그 대로를 지각하는 것이 아니라 물체에 대해서 가지고 있는 경험적이거나 이론적인 내용에 의해서 불완전한 시각을 보충한다. "우리는 보고 있는것만을 믿는 것이 아니라 어느정도는 우리가 믿고 있는것을보고 있다"이렇듯 보는일은 '본다'는 것 이상의 그 무언가를 의미하는것이며 몇 개의 특징을 지각하여 통합된 전체의 구조적 특징을 파악하게 되는데 이를 지각 심리 라고 한다.

베르트하이머(M. Wertheimer)는 Kant 학교에서의 강의에서「Gestalt」이론의 기본문제는 개개의 요소에 의해 결정되지 않는 행동의 전체성이 있다는 것을 주장했다. 이 주장에서와 같이 게슈탈트(Gestalt)이론은 전체성을 규정코자하는 것이다.

베르트하이머(M. Wertheimer) 켈러(W. Kohler), 코프카(K. Koffca)등이 주장한 이 이론은 전일체의 개념으로써 「전체는 부분과 부분의 총화 이상의것」, 「전체는 부분과 부분의 총화가 아닌 또 다른 어떤 것」임을 나타낸다.

즉 형태는 부분이 아니라 전체적인 체계화를 통해 지각되어지는 것으로 이것이 게슈탈트(Gestalt)시지각 이론의 주요 핵심이다. 디자이너가 부분적으로 아무리 뛰어난 아이디어와 기교를 가지고 표현을 하였더라도 전체적으로 지각되어 질 때 디자인 의도가 정확하게 전달되지 않았다면 다음의 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙들을 적용하여 시각적 구성요소들의 질서와 종합적인 조직화를 통한 확실한 의사전달(디자인 의도)를 이루어야한다.

이 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙으로는 단순화(Pragnanz)법칙, 집단화(Grouping)법칙, 등가성(Equilibrium)법칙, 전경과 배경(Figure - Ground)법칙이 있다.

2. 게슈탈트(Gestalt)법칙

1)단순화 법칙(Pragnanz)

우리가 연관성이 없는 구성요소들로 이루어진 형태를 봤을 때 우리의 눈과 두뇌는 어떠한 형태이든지 가능한 한 지각하기 쉬운 전체로 집단화 하려는 경향 때문에 그 형태를 간격 단순화 시키려고 한다는 것이다. 이것이 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙의 첫 번째 요소인 단순화 법칙이다. 즉 자극 패턴에 의해 나타나는 결과적인 구조는 주어진 조건이 허락하는 한 가급적 단순한 형태로 보이는 것이다. 이러한 단순화의 원리를 프라그난즈(Pragnanz)라 하며 다음 세가지의 기본원리로 이루어진다.

1. 형태는 양과 질에서 간결화 된다.
2. 단순화 (Pragnanz)는 질서의 법칙이다.
3. 단순화(Pragnanz)는 의미의 간결화를 구한다.

2)집단화(Grouping)의 법칙

게슈탈트(Gestalt)심리학자들은 일반적으로 인간의 지각

표상은 언제나 일종의 형식내지는 배열을 소유하고 있다는 사실을 강조한다. 인간은 어떤 사물을 바라볼 때 지각 체계화에 따른 많은 자극들을 일정하게 형태화 시키려는 경향이 있다. 외부 자극에 의해 우리 망막에 맺혀지는 상들이 단일한 형태로 지각되기 위해서는 그 형태를 구성하는 요소들이 특징들이 서로 연관성 있는 위치적 요소와 정리되어 질수 있는 요소로 그룹을 이루어 지각되는 경향을 집단성이라 한다.

근접성 : 보다 가까이 있는 두 개 또는 그 이상의 시각요소들은 패턴이나 그룹으로 지각되어질 가능성이 크다는 법칙으로 집단화는 구성요소들의 면적거리에 따라 발생될수 있다.

유사성 : 우리는 연관되어진 물체를 볼 때 그 요소들이 외적 혹은 내적 성질의 공통적인 특징을 공유하고 있다면 그것들의 크기, 형태, 색, 방향 등에 있어서 유사한 시각 요소들끼리 연관지어 집단화 · 패턴화 하려는 경향이 있다. 즉 유사한 자극들을 집단화 하려는 경향을 뜻한다.

우위의 구성 : 동일한 방향으로 움직이는 요소들의 결합에 대한 연속성, 불완전한 형상을 완전한 형태로 지각하려는 완결성(Closure) 그리고 안정적인 형태의 대칭성(Symmetry)같이 형태를 일반화하여 특징짓는 것을 말한다.

3) 등가성의 법칙(Equilibrium)

등가성(Equilibrium)이란 인간의 심리중 불완전한 상태에서 균형적인 평형의 상태를 취하려는 특성이 있는데 이는 사물에 대한 인지과정에서 지각적 균등을 뜻하는 것으로 물리적 균등과는 다르며 비대칭에서 느껴지는 강한 불안감을 지각적으로 이완시켜주는 원리이다. 이 원리는 현대디자인의 비대칭 균등이 가능하도록 만들었으며 조형요소를 구성함에 있어서 형태적으로 상호등가적이어야 할 뿐 아니라 규격의 차이와 색의 차이도 등가적이어야 함을

의미한다.

4) 전경과 배경(Figure - Ground)법칙

인간의 감각은 고립된 것이 아니고 주의의 영향을 받는다. 또 우리가 사물을 본다는 것은 막연히 본다는 것이 아니고 적극적인 선택적 통찰을 통해서 보는 것으로 선택적이며 능동적인 지각을 말한다. 이 의미는 게슈탈트(Gestalt)시각 법칙에서 규정하고 있는 전경과 배경(Figure & Ground)의 상호관계에 의한 감각을 의미하는 것이다.

3. 게슈탈트(Gestalt)법칙이 적용된 포스터 사례분석

1) 단순화 법칙(Pragnanz)

1. 국내 영화포스터 : 접속

2. 국외 영화포스터 : 잃어버린 세계

이 포스터에서 보여주는 것은 영화 내용이 주장하는



함축성의 의미이다. 포스터에 등장하는 단순한 소품하나에도 의미를 부여하여 두 주인공이 영화제목「접속」의 특징을 나타내는 소재를 중심으로 연출되었다. 서로 다른 공간에 엮이는 시선을 한 남녀 주인공과 함께 연출되 전화기와 노트북은 단순히 전화기 또는 노트북이 아닌 인간사이의 커뮤니케이션을 의미하는 이 영화의 제목인 「접속」이라는 이미지를 표현하여 게슈탈트(Gestalt)이론의 「부분의 합은 전체와 다른 것」을 표현하고 있다.

메인 타이틀 또한 단순한 문자 이상의 의미를 표현하고 있다. 가는선을 이용한 직사각형 속에 배치된 「접속」이라는 메인 타이틀은 서로 해체되는 느낌을 주고 있는데 이를 직사각형안에 가둠으로써 해체되는 글자들을 모아주어 가독성을 높이고자 하였으며 이해를 돕기 위해 영문자를 보조적으로 사용하였다.

참고로 전경과 배경(Figure - Ground)법칙에 의해 왼쪽 하단의 여자 주인공이 전경으로서 표현되면서 느껴지는 무게의 균형을 맞추기 위해 오른쪽 하단에 위치한 맑은색의 메인 타이틀과 타이포그래피는 등가성의 원리를 잘 표현하고 있다.

오래된 암석위에 화석처럼 표현된 메인 비주얼인 티라노사우루스 화석은 단지 특정 공룡 화석의 의미가 아닌 과거 공룡시대의 사라진 모든 공룡과 자연환경을 대표하는 또 다른 전체적인 의미를 나타내고 있다. 참고로 전경과 배경(Figure - Ground)법칙에 의해 배경을 어두운 단색으로 암석위의 공룡화석 캐릭터는 색을 주어 전경으로서 강조하였다.

메인 타이틀 또한 비주얼의 분위기에 맞게 일러스트되어 메인 비주얼과의 한 덩어리를 이루고 있으면서 전체적인 균형과 자연스러운 시선의 이동을 위해 메인 비주얼과 타이포그래피 사이에 중간크기의 리드 카피를 넣었다. 이는 등가성에 위한 표현이다.

2)집단화(Grouping)의 법칙

1. 국내 영화 포스터 : 은행나무 침대(근접성)

구스타프 클림트의 작품에서 모티브를 얻어 주인공 네명의 사랑관계를 클림트의 화풍과 같이 회화적으로 표현하였다. 네명의 주인공 중 세명이 서로 얽혀 있는 듯 가까이 있는 한그룹으로 지각되고 나머지 한명은 위치적으로 그들과 떨어져서 있어서 크게 두 그룹으로 지각되고 있다.

마치 선과 악을 대표하여 표현하듯이 전경의 그룹은 밝은



색과 크기적으로도 세명이 한덩어리를 이루어 앞으로 튀어나온 느낌으로 표현되고 있으며 좌측 상단에 위치한 또 다른 주인공 한명은 따로 분리되어 어두운 배경 속에 묻혀서 멀리 뒤로 물러나 보인다.

참고로 이 포스터에는 주인공의 얼굴만을 사진으로 표현하고 그 외의 몸 동작과 배경은 핸드일러스트레이션으로 합성·표현되어 타 영화 포스터와는 차별화된 색다른 느낌을 주고 있다.

2. 국외 영화 포스터 : 디쉬(유사성)



양들 무리속에 위치한 TV와 그 뒤로 보이는 위성 안테나, 그리고 이를 연결하는 듯한 TV화면에 비친 달 표면을 걷는 우주복을 입은 인간의 모습은 서로의 거리에 상관없이 비슷한성질을 갖은 특성에 따라 생명을 갖은 동물(양)과 최첨단 과학을 대표하는 무생물(TV와 위성안테나)로 그룹되어 지각된다.

3. 국내 영화 포스터 : 주노명 베이커리(우위의 법칙-연속성)



하단에 위치한 메인 비주얼인 네명의 주인공 머리위로 리듬감 있게 씌여있는 리드카피는 주인공들의 표정에 맞추어 카피의 의미와 대소 크기가 바뀌면서 마치 베이커리에서 흘러나오는 향기

처럼 좌측에서 우측으로 라인을 이루며 흐르듯 연결되고 있다.

4. 국외 영화포스터 : 양들의 침묵(우위의 법칙 - 완결성)



사람의 신체일부중 얼굴만을 확대하여 표현하고 있는 이메인 비주얼은 입이 있어야 할 위치에 날개를 펼친 모양의 나비를 표현하므로서 보는 사람으로 하여금 긴장, 불안, 초조감을 갖게 하여 만드는 공포영화 포스터이다.

입술의 위치에 있는 나비의 형태역시 불완전하다 나비의 몸통부분에 인간의 해골을 묘사하여 다시한번 불안감을 조성하고 있지만 불안전한 형태의 부분들을 상상적으로 수정, 보완하기 때문에 사람의 얼굴이나 나비의 형태를 지각하는데는 어려움이 없다.

5. 국내 영화포스터 : 강패수업(우위의 법칙 - 대칭성)



이포스터는 흑백 배경의 대칭 두 주인공의 흑백 의상의 대칭 그리고 리드카피(한국 남자의 명예를 걸고 일본열도를 뒤흔든다)의 흑백 대칭으로 거의 정확한 안정적인 좌우대칭을 표현하고 있다.

이 양분된 포스터에 통일감과 주목성을 주기위해 메인 타이틀과 서브타이틀의 색을 동일한 색으로 통일·대소 크기를 두어 다시한번 상하 대칭 구조를 이루고 있다.

3)등가성의 법칙(Equilibrium)

- 1. 국내 영화 포스터 : 닥터 K
- 2. 국외 영화 포스터 : 현기증



전체적인 배경을 검은 단색으로 표현하면서 중앙의 밝은 빛으로 시선을 집중시키는 구도를 가지고 있어 포스터는 먼저 주인공의 머리를 향하여 빨려들어갈 듯 향하고 있는 밝은 빛으로 모아져 메인 타이틀로 귀결된다. 과학적인 의미를 포함하고 있는 의사라는 문자의 이미지와는 상반되게 주술적인 느낌으로 표현된 이 포스터는 지각적인 의미와 시각적 표현에서 오는 상반된 이미지의 균등한 대립으로 대중에게 호기심을 유발시킨다.

'현기증'이라는 추상적인 이미지의 표현을 위해 어지럽게 반복되어지는 흰 곡선이 움직이듯이 겹치고 화면의 중앙으로 갈수록 흰면을 이루면서 시선을 집중시킨다. 그 가운데로 마치 이 곡선에 휘말린 것 같이 휘청거리는 두남녀가 검은색의 면과 선으로 묘사되어 긴장감을 주고 있다. 선의 움직임과 인물들의 휘청거림은 좌측 상단과 하단에 위치한 검은색의 문자로 안정감을 주었으며 우측상단과 하단에 위치한 흰 사각형 속의 문구들은 흰 곡선들의 움직임 방향으로 기울어져서 좌측에서 느껴지는 안전감과 균형을 이루고 있다. 단어가 주는 느낌을 등가성의 법칙에 의해 디자인적으로 잘 표현한 포스터이다.

4)전경과 배경(Figure - Ground)법칙

- 1. 국내 영화 포스터 : 약속
 - 2. 국외 영화 포스터 : 쇼걸
- 이 포스터는 보는 이의 지각에 따라 둘로 나뉘어진다. 먼



저 전체적인 배경을 단색으로 단순화 시켰고 상하로 서로 마주잡고 있는 손을 형태 즉 전경으로 인식했을 경우 두 남녀 주인공의 모습은 손의 음양으로 지각되어 얼굴의 형태를 얼굴로 지각하지 못한다. 또다른 하나는 두 주인공의 얼굴을 형태(전경)로 인식 했을 경우로 손의 형태는 배경으로 지각되어 뒤로 물러나 보인다. 이 두 가지 다른 형태들은 모두 '약속'이라는 메인 타이틀의 의미를 시각적으로 표현하고 있다.

전체적인 배경을 검정 단색으로 단순화 처리하여 전경의 특징을 한층 더 효과적으로 강하게 표현하고 있다. 메인 타이틀인 "SHOW GIRLS"에서 느껴지는 이미지를 단순하게 부분적으로 보여줌으로서 단순성의 법칙과 완결성의 법칙을 표현하고 있다. 그리고 메인 타이틀의 철자 단어의 'S'의 형태와 메인 비주얼의 형태를 비슷하게 표현하고 있으면서 좌측상단과 우측하단에 위치한 리드 카피를 메인 비주얼의 'S'자 형태에 더욱 가깝도록 그 기울기에 맞게 배치하여 유사성을 더하고 있다.

4. 게슈탈트(Gestalt)이론에 의한 90년대 영화포스터 분석 결과

1) 90년대 국내 · 외 흥행영화 TOP 10

연도	제목	관객수	장르
1991	사랑과 영혼	1,683,265	드라마
1992	원초적 본능	970,000	공포
1993	클리프 행어	1,118,583	액션
1994	라이온 킹	920,948	만화
1995	다이하드 3	979,666	액션
1996	인디펜던스데이	1,001,279	SF
1997	잃어버린 세계	1,971,780	공포
1998	타이타닉	2,448,399	드라마
1999	쉬리	2,448,399	액션
2000	공동경비구역 JSA	2,447,133	드라마

2) 90년대 국내 · 외 흥행영화 TOP10 포스터를 중심으로 게슈탈트(Gestalt)법칙 분석결과





제 목	단순 화의 법칙	집단 화의 법칙	우위의 구성			등가 성의 법칙	전경과 배경의 법칙
			연속성	완결성	대칭성		
사랑과 영혼				●	●	●	●
원초적 본능			●			●	●
클리프 행어		●	●			●	●
라이언킹	●	●		●	●	●	
다이하드3	●				●		●
인디펜더 스데이	●	●	●			●	
잃어버린 세계	●	●			●	●	●
타이타닉	●	●	●		●	●	●
쉬리	●	●			●	●	●
공동경비 구역	●	●			●	●	

3) 문제점과 지향점

① 문제점

본연구의 한계점은 90년대 10년동안 흥행했던 국내·외 영화포스터를 중심으로 사례를 연구함에 있어 앞에 언급했던 바와 같이 반드시 흥행에 성공한 영화의 포스터가 다 좋은 포스터 일수는 없고 흥행하지 못했던 영화의 포스터도 좋은 디자인의 포스터일 수 있다는 부분이다. 또한 아

직까지 국내 영화의 흥행이 외국영화에 비해 많이 미비했던 사실을 감안할 때 국내 영화포스터에 관한 연구가 많이 부족했다는 점이다. 그러나 이러한 한계점을 극복하기 위해 계슈탈트(Gestalt)시지각 이론이 적용된 국내영화 포스터의 사례를 VI장에서 논하였다.

1991년부터 2000년 까지 10년동안 영화포스터는 디자인 면에서 여러 가지 새로운 시도가 이루어졌지만 아직도 대부분의 영화포스터가 기존과 크게 다르지않는 획일화된 느낌으로 차별화된 영화포스터 디자인의 필요성의 강조되고 있다. 다음은 영화 포스터 디자인에 나타난 문제점들이다.

1. 너무 많은 영화 내용에 관한 정보와 사진들이 산만하게 나열되어 주목성을 떨어뜨린다.
2. 메인 비주얼의 이미지 표현유형과 내용면에 있어 사실적인 사진표현과 주인공의 인지도를 의식한 인물중심의 영화포스터가 많이 디자인되고 있다.
3. 레이아웃 구성에서 메인 비주얼을 중심으로 비주얼의 상단이나 하단에 카피를배치하는 고정적인 방식 즉 안정적 구조를 선호한다.

② 지향점

영화 포스터는 영화의 실제적인 샘플이라할수 있다. 이러한 영화포스터가 새롭고 개성있는 조형요소들의 활용과 차별화된 영화포스터로 디자인 되기 위해서 앞에서 언급한 문제점에 관한 개선방안을 계슈탈트(Gestalt)시지각 법칙을 적용하여 다음과 같이 제안한다.

1. 너무 많은 영화 내용에 관한 정보와 사진들이 산만하게 나열되어 주목성을 떨어뜨린다.
영화포스터에 표현된 너무 많은 설명과 장식은 영화에 대한 호기심을 반감시키고 대중의 주의를 끌지 못한다.
전체적인 주목성을 높이기 위해서는 주제를 최대한 단순화시켜 표현함으로써 대중에게 호기심과 상상력을 유발시

키면서 기억에 남는 디자인을 추구하여야한다. 만일 준비한 내용들 모두를 표현하고 싶다고 한다면 근접,유사,우위의 법칙에 의한 집단화 법칙을 적용하여 전체적으로 통일된 이미지를 디자인할 수 있다.

2.메인 비주얼의 이미지 표현유형과 내용면에 있어 사실적인 인물중심의 사건표현과 주인공의 인지도를 의식한 인물중심의 영화 포스터가 많이 디자인 되고 있다.

지금까지 영화계는 유명배우의 사진이 나온 포스터가 사람의 이목을 끌어 흥행을 보장한다는 생각으로 메인비주얼을 인물중심의 사실적 사진으로 표현하는데 집착해 왔다. 하지만 대부분의 포스터가 이러한 형식에 따르다 보니 각각 차별화 되지 못할 뿐 더러 보는 사람마저 쉽게 식상하게 된다. 그러므로 메인 비주얼의 표현에 있어서 단순·강조·생략 등을 이용한 다양한 표현기법과 메인 타이틀 이미지의 형상화 즉 문자 이미지의 시각화나 타이틀 로고를 이용한 시각적인 동시에 생각하게 하는 영화포스터 디자인을 위한 독창적인 아이디어 개발이 필요하다.

3.레이아웃 구성에서 메인 비주얼을 중심으로 비주얼의 상단이나 하단에 카피를 배치하는 고정적인 방식, 즉 안정적인 구조를 선호한다.

보편적인 레이아웃의 형태보다는 주목성과 명시성을 고려함과 동시에 조형요소들간의 독창적인 배열행태와 여백의미를 포함한 전체적인 구성의 레이아웃이 필요하다. 이런 전체적으로 조화로운 구성은 게슈탈트(Gestalt)시지각 중등가성의 법칙에 의해 효과적인 시선 유도로 산만함을 줄이고 통일감을 주어 부담스럽지 않게 화면을 구성한다. 또한 비대칭에서 느껴지는 강한 불안감을 지각적으로 이완시켜주므로 등가성의 법칙은 레이아웃 구성에서 비대칭 균등을 가능하게 하는 법칙이다.

VI.결론

사람은 아는 만큼 보고 보는 만큼 느낀다. 라는 말이 있다 이는 인간이 시각적으로 보는 것도 중요하지만 개인의 환경(교육,경험,문화)정도에 따라 시각적으로 보이는 것을 받아들이는 정도가 다르다는 것을 의미한다.

오늘날 고도의 과학과 기술의 눈부신 발전으로 말미암아 이변화에 부응하고자 정보 전달의 영역이 중요한 부분으로 부각되면서 커뮤니케이션의 한 매체로서 시각디자인도 중요한 위치를 차지하게 됐다. 현대인의 시각적 체험은 첨단화된 매스미디어를 통해 그 영역을 빠르게 넓혀가고 있으며 바쁘게 변화하는 사회속에 살아가는 각 개인이 접하는 정보와 경험도 가지각색이다. 이렇듯 다른 환경을 가지고 있는 사람들이 시각적으로 어떤형태를 경험할 때 각기 자기가 가지고 있는 다른 경험과 정보를 시각적 단서로 제공하면서 그에 따른 시각적 지각을 하게 된다. 그중에서도 인간이 시각적 자극에 대하여 공통적으로 선호하는 것은 필요치 않는 시각적 정보를 최소한 줄이고 가장 단순하고 전체적을 지각되는 형태이다. 시각디자이너는 빠른 사회의 변화속에서 필요한 정보를 신속정확하게 파악하여 이를 시각화하는데 적용되는 것이 게슈탈트(Gestalt)시지각 이론이다.

본 연구에서는 이러한 시지각에 대한 방법으로 영화 포스터 디자인에 적용된 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙에 대해 알아보았다. 게슈탈트(Gestalt)법칙은 우리의 시각이 어떻게 시각 경험을 체계화 하여 정보화하는가에 대해서 디자이너들이 작품을 구성할 때 의식적으로 또는 무의식적으로 사용하는 조형(시각)문법에 적합한 이론적 근거가 되고 있고 또 디자이너에게 시각적 이미지 구성의 최종적인 효과를 평가할수 있는 기회를 제공한다. 디자이너가 디자인을 할때 간과해야 할 부분은 디자인요소들이 게슈탈트(Gestalt)법칙의 기본원리인 체계화된 전체로써 대상을

지각한다는 전일체 개념을 이해하면서 조형 표현에 있어 있어서 조형요소의 이미지와 효율적인 배치로 전체적인 조화를 고려하여 구성한다면 시각적 효과를 한층 더 높일 수 있다는 것을 영화포스터를 통해서 알아봤다

인간이 어떠한 시각적 대상을 보고 그것을 어떻게 지각하는가에 대한 부분을 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙을 적용하여 좀 더 논리적으로 말 할수 있다면 디자이너가 어떠한 조형을 창작하는데 있어 그 효율성을 증폭 시킬수 있고 이러한 게슈탈트(Gestalt)시지각 법칙의 보편 타당성에 입각한 디자인 분석으로 디자이너와 대중에게 원활한 커뮤니케이션의 방향을 제시하고자 한다.

설문조사

1. 영화를 선택 할 때 가장 많이 영향을 미치는 것은?
 - ① 주연 배우 ② 영화포스터
 - ③ TV 선정이나 예고편 ④ 주변의 권유
2. 영화 포스터에 대한 관심도는?
 - ① 관심 있다. ② 보통이다
 - ③ 관심 없다. ④ 수집(장식)한다
3. 영화 포스터의 관심 있다면?
 - ① 영화의 정보 제공 ② 그림(주인공의 사진)때문
 - ③ 예술성 ④ 그냥 흥미 있어서
4. 영화 포스터가 대중에게 정확한 의미전달(영화내용)을 전달한다고 생각하는가?
 - ① 그렇다 ② 보통이다
 - ③ 그렇지 않다 ④ 모르겠다
5. 영화 포스터의 비주얼(그림)과 메인 타이틀(영화제목)을 전달한다고 생각하는가?
 - ① 그렇다 ② 경우에 따라 그렇다
 - ③ 그렇지 않다 ④ 모르겠다
6. 다음 10개의 영화 포스터 중 먼저 전체적으로 지각되는 포스터는?
 - ① 사랑과 영혼 ② 원초적 본능 ③ 클리프 행어
 - ④ 라이온 킹 ⑤ 다이하드 3 ⑥ 인디펜던스데이
 - ⑦ 잃어버린세계 ⑧ 타이타닉 ⑨ 슈리
 - ⑩ 공동경비구역 JSA

7. 다음 10개의 영화 포스터 중 단순성이 뛰어난 포스터는?

- ① 사랑과 영혼 ② 원초적 본능 ③ 클리프 행어
- ④ 라이온 킹 ⑤ 다이하드 3 ⑥ 인디펜던스데이
- ⑦ 잃어버린세계 ⑧ 타이타닉 ⑨ 쉬리
- ⑩ 공동경비구역 JSA

8. 다음 10개의 영화 포스터 중 구성요소들의 집단화가 뛰어난 포스터는?

- ① 사랑과 영혼 ② 원초적 본능 ③ 클리프 행어
- ④ 라이온 킹 ⑤ 다이하드 3 ⑥ 인디펜던스데이
- ⑦ 잃어버린세계 ⑧ 타이타닉 ⑨ 쉬리
- ⑩ 공동경비구역 JSA

9. 다음 10개의 영화 포스터 중 구성요소들의 등가성(조화, 균형)이 뛰어난 포스터는?

- ① 사랑과 영혼 ② 원초적 본능 ③ 클리프 행어
- ④ 라이온 킹 ⑤ 다이하드 3 ⑥ 인디펜던스데이
- ⑦ 잃어버린세계 ⑧ 타이타닉 ⑨ 쉬리
- ⑩ 공동경비구역 JSA

10. 다음 10개의 영화 포스터 중 구성요소들이 전경과 배경으로 뚜렷이 구분 되는 포스터는?

- ① 사랑과 영혼 ② 원초적 본능 ③ 클리프 행어
- ④ 라이온 킹 ⑤ 다이하드 3 ⑥ 인디펜던스데이
- ⑦ 잃어버린세계 ⑧ 타이타닉 ⑨ 쉬리
- ⑩ 공동경비구역 JSA

참고문헌

- Rudolf Archaism, 「미술과 시지각」, 김춘일 역, 홍성사, 1983
- Paul Zelanski · Mary P. Fisher, 「디자인원리」, 김형중 · 이명기 역, 도서출판 국제, 2000
- R. Arnheim, 「예술 심리학」, 김재은 역, 이화여대출판부, 1984. 「미술과 시지각」, 김춘일 역, 홍성사, 1983
- K.Koffca, K.Koffca, 「Principles of Gestalt Psychology」, London: Brandford, 1955
- Robert L. Solso, 「시각심리학」, 신현정 · 유상욱 역, 시그마프레스, 2000
- 조열 · 김지현, 「형태지각과 구성원리」, 창지사, 1999
- 김경희, 「게슈탈트 심리학」, 학지사, 2000
- 박성의, 최호천, 「시각 커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 1989
- 김혜준, 「1999 한국영화산업 현황」, 영화 아카데미 정책연구실, 2000
- 강태웅, 「영화란 무엇인가」, 지식산업사, 1999
- 정종화, 「한국의 영화 포스터 I」, 범우사, 1993
「한국의 영화 포스터 II」, 범우사, 1999
- 이지애, 「Gestalt 이론을 활용한 조형 표현 연구」, 이화여대, 2001
- 조석호, 「Poster Illustration에서의 시지각적 분리성에 관한 연구」, 홍익대, 1985
- 홍동원, 「Gestalt Psychology의 지각과 표현에 관한 연구」, 홍익대, 1985
- 이용우, 「Gestalt 시지각 법칙에 따른 패션광고 크리에이티브의 표현 유사성 연구」, 동서대학교연구소, 1998
- 변정아, 「영화 포스터에 있어서 팝아트의 경향에 관한 연구」숙명여대, 1997
- 김인화, 「한국 영화 포스터의 변천에 관한 연구」, 숙명여대, 1997

- 김정자, 「한국영화 포스터에 관한 연구」, 단국대, 1983
- 안주영, 「포스터를 위한 일러스트레이션 표현방법에 관한 연구」, 숙명여대, 1997
- 채정선, 「한국영화 포스터의 조형요소에 관한 연구」, 계명대, 2000
- 정수연, 「실현적 타이포그래픽 관점에서 본 영화 타이틀 로고의 조형연구」, 단국대, 2000
- 황지영, 「시대적 흐름에 따른 한국영화포스터 디자인의 표현에 관한 연구」, 이화여대, 2001

- 김혜진, 「영화포스터 디자이너」월간디자인 2001. 4.
- 영화진흥위원회, 「한국영화연감 2000」2000. 10
- 영화진흥위원회, 「한국영화연감 2001」2001. 10

<http://user.anderson.edu/~jfulz/gestalt.html>

http://www-rci.rutgers.edu/~cfs/305_html/Gestaltwhertheimer2.html

*Journal
Korea Society
of Visual Design
Forum*



