

## 포스터 레이아웃의 비가시적 조형요소

- 인물 중심의 영화 포스터를 중심으로 -

Invisible formative elements at poster layout

- Focused on character-driven movie poster -

**주저자 : 이설민**

중앙대학교 대학원 산업디자인학과 시각디자인전공

**Lee Seolmin**

Chung-Ang University, Dept. Industrial Design, Visual Communication Design

**교신저자 : 김준교**

중앙대학교 예체능계열 디자인학부 시각디자인전공

**Kim Junkyo**

Chung-Ang University, Dept. Design, Visual Communication Design

\* 본 연구는 2012년도 중앙대학교 교내연구비 지원과제임

## 1. 서론

- 1.1. 연구 목적
- 1.2. 연구 방법 및 범위

## 2. 이론적 고찰

- 2.1. 영화포스터의 특성과 기능
- 2.2. 영화포스터에서 레이아웃
- 2.3. 시각적 흐름

## 3. 국내 개봉영화 포스터 레이아웃 사례분석

- 3.1. 인물의 시선이 타이틀로고와 소실점을 이루는 레이아웃
- 3.2. 인물시선이 시각적 흐름을 유도하는 레이아웃
- 3.3. 인물의 동세에 따른 레이아웃

## 4. 결론

## 참고문헌

## 논문요약

그래픽 디자인 영역의 한 분야인 영화 포스터는 홍보기능 뿐만 아니라 영화와 관객의 사이에서의 의사소통 도구로서 중요한 의미가 있다. 본 연구는 보다 효과적인 시각적 커뮤니케이션을 위한 인물중심 레이아웃 전략을 알아보기 위해 국내 2009년부터 2011년까지 상영되었던 영화 포스터에서 타이틀과 인물의 위치 관계를 분석한다. 레이아웃에 영향을 미치지만 연구가 미흡했던 요소 즉, 이미지 텍스트에 직접적으로 드러나지 않지만 시각적 유추를 통해 느낄 수 있는 비가시적 조형요소를 이론적 고찰을 통해 추출한다. 그리고 비가시적 조형요소가 레이아웃에 미친 영향을 분석하여 새로운 레이아웃의 전략적인 측면을 연구한다.

## 주제어

레이아웃, 비가시적 조형요소, 포스터 디자인

## Abstract

The movie poster which is a part of graphic design area has important implications as a communication tool between film and the audience as well as the ability to promote. This study analyzes the relationship of position between the title and the character to have knowledge about strategic layout at character-driven in film was screened from 2009 to 2011. This study extracts invisible formative elements which not revealed directly in image-text but felt by visual analogy through theoretical consideration. And will study the layout strategic aspect by analyzing the effect of invisible formative elements on the layout.

## Keyword

Layout, invisible Formative elements, poster design

## 1. 서론

### 1.1. 연구 목적

그래픽 디자인 영역의 한 분야인 영화 포스터는 일상에서 누구나 쉽게 접할 수 있다. 장순석, 황지영은 “오늘날 영화포스터는 과거처럼 단순한 영화내용이나 영화장면만을 자세히 설명하는 것에서 그 기능을 다하는 것이 아니라 단기간의 캠페인에 적합한 강력하고 명료한 비주얼 심벌로 대중을 한눈에 사로잡아야 하는 0.3초의 예술이다”라고 주장했다(2011, p.43). 최근 사회문제를 소재로 한 영화도 점차 늘고 있다는 점에서 문화적 소재로서 가치가 있다. 영화 포스터는 홍보기능 뿐만 아니라 영화와 관객의 사이에서의 의사소통 도구로서 커뮤니케이션 기능이 중요한 의미가 있다.

현재까지 그리드 위주의 레이아웃에 관한 연구는 활발히 진행 된 반면 인물 중심의 레이아웃에 대한 연구는 부족한 실정이다. 본 연구는 인물 중심 레이아웃의 새로운 전략을 제시하는 그 목적이 있다.

### 1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 보다 효과적인 시각적 커뮤니케이션을 위한 인물중심 레이아웃 전략을 알아보기 위해 이론적 고찰을 토대로 국내 상영되었던 영화 포스터에서 타이틀과 인물의 위치 관계를 분석하고 레이아웃에 영향을 미치지만 연구가 미흡했던 요소들에 대해 파악해서 그 발전 방향을 모색하고자 다음과 같은 순서로 연구를 진행한다.

첫째, 이미지 텍스트에 직접적으로 드러나지 않지만 시각적 유추를 통해 느낄 수 있는 비가시적 조형요소를 이론적 고찰을 통해 추출한다.

둘째, 비가시적 조형요소가 추출된 영화 포스터의 조형 요소 중, 인물과 타이틀로고의 위치관계를 알아본다.

셋째, 비가시적 조형요소를 인물과 타이틀로고의 위치관계와의 관계성을 파악하여 특징을 분석한다.

이러한 연구 진행을 위해서 인물과 타이틀로고가 주요 조형요소로 이루어진 구성된 영화 포스터를 연구 대상으로 삼았다. 본 논문의 연구 범위는 영화진흥위원회(KOFIC)의 집계<sup>1)</sup>에 따라 2009년부터 2011년까지 한국에서 개봉한 한국 영화 중 연도별 흥행 순

위 10위에 기록된 영화를 선정하였다. 이 영화포스터 중 인물이 중심이 되고, 인물 시선과 동세가 레이아웃에 영향을 미친 포스터를 사례로 선정하여 분류를 통해 전략을 제시한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 영화포스터의 특성과 기능

포스터는 전달하고자하는 내용을 한눈에 알 수 있도록 커뮤니케이션하는 인쇄매체이다. 포스터의 특성은 문자와 도형의 조형요소로 구성되어 채워지게 되며, 빠르고 효과적인 시각적 커뮤니케이션이 필요하다. 그에 관해 선병일은 그의 연구에서 가장 핵심적이고 중요한 다섯 가지 요소를 다음과 같이 말한다.

첫째는 눈에 부각되어야 한다.

둘째는 메시지가 명확하고 간결해야 한다.

셋째는 재미있고 지적(知的)이어야 한다.

넷째는 콘텐츠가 혁신적 이어야 한다.

다섯째는 다른 포스터와 차별화되어야 한다.(2011, p.93)

이 다섯 가지 요소 중 영화포스터의 핵심 요소는 첫째와 둘째 요소이다. 이경주, 임현혁이 주장했듯이, “영화포스터는 하나의 상품인 영화와 관객사이에서 의사소통 구실을 한다. 좀 더 많은 관객을 끌기 위해 상당히 상업적인 성격을 띄기도 하면서 영화의 예술적인 측면도 담겨 있어야 하기에 예술성도 포함하는 대중매체로서의 역할을 담당하고 있는 것이다.”(2007, p.70) 곧, 두 가지 요소의 절충이 필요한 것이다.

### 2.2. 영화포스터에서 레이아웃

레이아웃이란 용어는 시각디자인에서만 사용되는 것이 아니라 디자인 전반에 걸친 독자적 작업의의를 지닌 중요한 디자인 작업 중 하나로, 주로 인쇄매체를 보기 좋게 구성하고 편집하는 작업을 부르는 말이다.

송민정은 레이아웃 구성요소의 표현에서는 시각적인 안정감, 통일감을 주어 독자로 하여금 혼돈의 여지를 최소화해야 하며, 읽기 쉽고, 이해하기 쉽고, 한눈에 알아 볼 수 있도록 독자와 커뮤니케이션이 이루어져야 하며 구성요소들 간의 조화가 이루어지도록 하며 쉽고 빠르게 의미전달이 가능하도록 하는 것이 중요하다고 말한다.(2006, p.346)

김기태는 “영화는 신제품으로서 성격이 강하고 다른 상품들처럼 제품의 품질을 보고 다시 구매할 수 있는 것이 아니라 한번 보고 난 후 다시 보는 경우가

1) 출처 : <http://www.kofic.or.kr/cms/58.do>

많지 않아 사용경험을 바탕으로 구매여부를 결정하기는 어렵다.”고 주장했다(1997, p.234). 이는 영화포스터에서의 레이아웃은 대중의 시선을 사로잡아 영화를 구매 결정하는 데에 결정적 역할을 한다는 것을 의미한다.

### 2.3. 시각적 흐름

박진아, 조열은 “정보에는 그 중요성에 있어서 순서가 있고 시각적으로 이러한 순서가 자연히 감지될 수 있어야 한다. 결국 사용자가 화면을 바라볼 때 가장 먼저 바라보는 곳에 가장 중요하고 대표적인 메시지가 있어야 함은 물론 다음 정보로의 시선의 이동이 자연스럽게 이루어져야 한다(2000, p.6).”고 주장했다.

시각 커뮤니케이션에서의 흐름이란 매우 중요한 개념으로, 수용자가 어떠한 정보를 찾기 위해 어떤 노력을 하기 이전에 눈의 동선을 중요도에 따라 편안하게 이끌어주는 일종의 배려이다. 이는 윌리엄 리드웰, 크리티나 홀덴, 질 버틀러가 말한 실행 부담감과도 연관이 있는데, “실행 부담감이란 목표를 달성하는데 필요한 정신적, 육체적 활동의 정도이다. 실행 부담감이 크면 실행 시간이 길어지고 오류가 많아지면서 목표를 성공적으로 완수할 가능성이 줄어든다.(William Lidwell & Kritina Holden & Jill Butler, 2006, p.178)” 이 부담감을 줄였을 때, 쉽고 빠른 의미 전달이라는 포스터의 목적을 달성할 수 있다.

## 3. 국내 개봉영화 포스터 레이아웃 사례분석

영화 포스터의 주된 이미지는 주로 인물사진이다. 인물의 사진에는 직접적으로 보이지 레이아웃에 영향을 미치는 비가시적 조형요소가 존재한다.

첫 번째 비가시적 조형요소는 배우의 '시선'이다. 김일영은 배우의 눈이 관객들이 바라보는 초점이 될 수 있고, 눈에 눈은 몸에서 새로운 생각을 제일 먼저 표현하는 기관이기 때문에 눈에 처음으로 나타나는 정서적 결과는 다른 몸짓보다 훨씬 빠른 표현이 된다고 그의 저서에서 말했다.(2002, p.47) 또한, 이승희, 손원준은 그들의 연구에서 “광고 속 인물의 시선 또한 소비자의 시선을 유도할 수 있는 매우 중요한 변인이 된다(2009, p.446).”고 주장했다.

두 번째 비가시적 조형요소는 '동세'이다. 삼죽사는 “수직과 수평의 선은 중력에 안정적인 배치이기 때문에 움직임이 느껴지지 않는다. 그러나 대각선은 중력에 끌려 기울어지거나 쓰러질 것 같은 느낌을 준다. 이 불안정한 이미지가 동세감을 유발한다(2005,

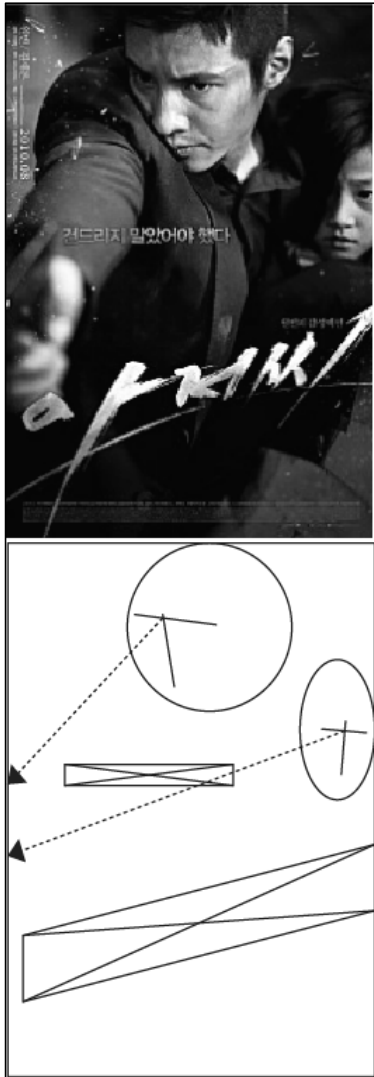
p.548).”고 말한다. 이 동세감은 포스터의 인물 사진이 정지화상이기 때문에 유추가 가능하다. 로버트 카투토에 의하면 “정지화상은 동작을 보여주기보다는 동작을 '암시한다'. 사진에는 실질적인 동작은 없지만, 누군가가 한발을 들고 있고 다른 한발은 땅에 디디고 있다면, 우리는 그가 걷고 있거나 뛰고 있다는 것을 알게 된다. 왜냐하면 우리는 실제로 그런 자세로 서 있을 수 없기 때문이다(Robert. Caputo, 2005, pp.97-98).”

비가시적 조형요소인 인물의 시선 및 동세에서 유추할 수 있는 가상의 선을 그어 타이틀로그와 인물의 시선의 레이아웃 상 관계를 살펴본다.

### 3.1. 인물의 시선이 타이틀로그와 소실점을 이루는 레이아웃



[그림 1] 최종병기함  
(2011년 흥행순위 1위)



[그림 2] 아저씨  
(2010년 흥행순위 1위)

포스터의 인물의 시선에서 유추되는 가상의 선을 그었을 때, 타이틀로그와의 관계에서 소실점이 나타나는 사례이다. 김중찬, 반경진, 김치용은 “소실점은 2차원 영상으로부터 3차원의 공간구조를 복원하는 문제를 풀기위해 이용되는 깊이 단서들 중 하나이다 (2011, p331).”라고 주장했다. 포스터에서 소실점은 통해 한정된 2차원적 지면 위에 3차원적 공간을 만들어 한계 이상의 표현과 전달이 가능하게 한다.

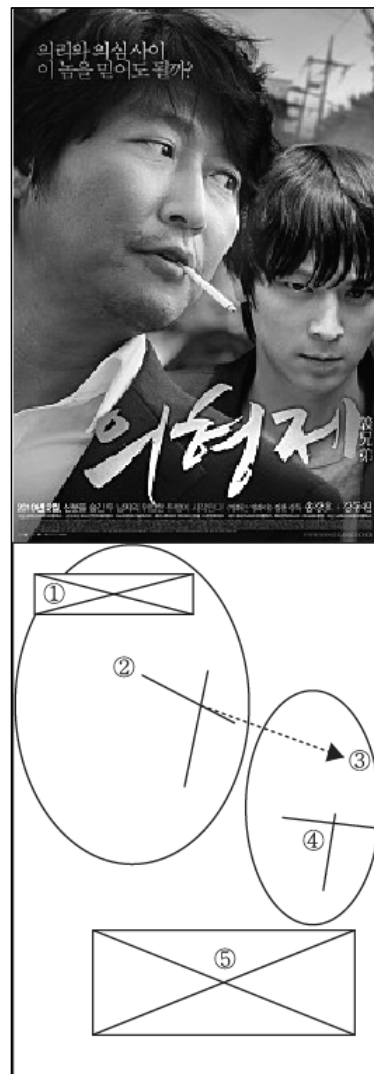
[그림 1]의 타이틀로그의 각도는 두 인물 중 아래 인물의 시선의 방향, 활의 방향과 소실점을 이룬다. 세 선에서 느껴지는 3차원적 깊이감을 통해 아래 인물의 머리 위치로부터 오른쪽 끝까지의 공간감을 극대화해 긴장감을 조성한다. 공간감이 느껴지는 이외의 부분은 상대적으로 안정감이 있는 공간이 되고, 그 곳에 서브타이포를 배치해 수용자가 타이포를 편

안히 받아들일 수 있는 레이아웃이다.

[그림 2]의 타이틀로그는 두 인물의 시선의 방향과 소실점을 이룬다. 이 소실점으로 인해 느껴지는 집중도는 등장인물의 눈빛을 강조하며 남성인물에게 강한 목적이 있음을 암시한다. 서브타이포는 두 인물의 시선이 지나가는 사이에 위치하여 수용자로 하여금 자연스러운 시각적 흐름을 유도한다.

인물의 시선이 타이틀로그와 소실점을 이루는 경우, 시각적으로 유추되는 3차원적 공간감에 의해 주목성을 가지게 된다. 짧은 시간 안에 시각적 커뮤니케이션이 이루어져야 하는 포스터 레이아웃의 목적이 사례를 통해 드러난다.

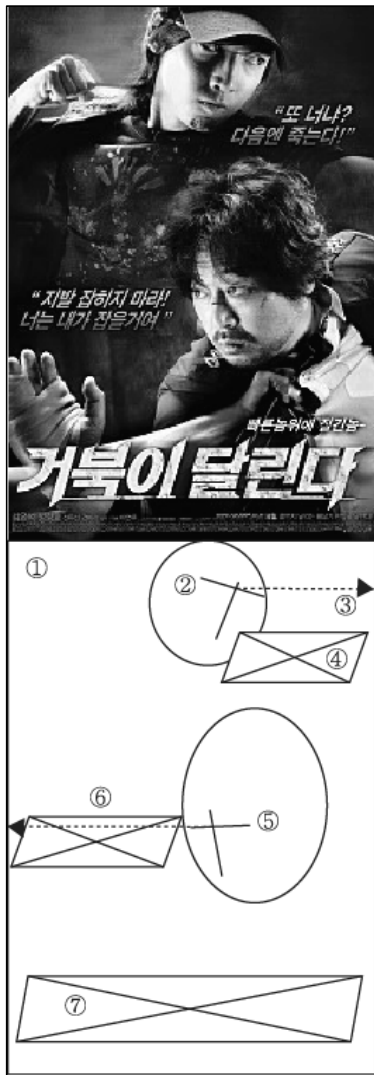
### 3.2. 인물시선이 시각적 흐름을 유도하는 레이아웃



[그림 3] 의형제  
(2010년 흥행순위 2위)

김상옥은 “일반적인 지면에서 시각 진입점은 좌상단에 위치한다. 다음으로 시선은 지면의 중심부를 지나 하단부분으로 이동하며 검색하게 된다(2009, p187).”고 주장했다. 그리고 윌리엄 리드웰, 크리티나 홀덴, 질 버틀러는 “시선이 좌우, 상하 방향으로 이동하려는 경향을 가리켜 은유적으로 ‘독서 중력’이라고 한다(William Lidwell & Kritina Holden & Jill Butler, 2006, p.118).”라고 주장했으며, 이승희, 손원준의 실험에 따르면, 인물의 시선에 따라 수용자의 자세가 다르게 나타날 수 있다고 한다(2009, p.444).

이를 종합해보면, 시각 진입점은 일반적으로 포스터의 좌상단에서 나타나고, 독서 중력에 의해 우하단으로 진행하는데, 시각적 흐름이 인물의 시선을 만났을 때, 배우의 시선에 따라 흐름이 영향을 받음을 의미한다.



[그림 4] 거북이 달린다  
(2009년 흥행순위 5위)



[그림 5] 하녀  
(2010년 흥행순위 10위)

[그림 3]은 시각 진입점인 좌상단에 서브타이포에서 시각적 흐름이 시작하고, 다음은 독서 중력에 의해 지면 중심부를 향하는데, 시각적 흐름이 왼쪽 인물의 시선과 만나게 된다. 이 시선에 의해 시각적 흐름은 오른쪽 인물에게 향하고, 다시 독서 중력에 의해 아래 방향으로 흘러 타이틀로고에 머무른다.

역자의 흐름으로 일반적인 시각적 흐름의 방향과 상당부분 일치하지만, 인물의 시선과 타이틀로고의 위치관계에 의해 일반적인 흐름이 더 확고히 되어 시각적 커뮤니케이션에 유리한 레이아웃이다.

[그림 4]는 시각 진입점인 좌상단에서 출발한 시각적 흐름은, 가로로 공간을 나누는 레이아웃의 영향을 받아 독서 중력이 오른쪽 방향으로 더 흐르게 된다. 이에 위의 인물에 흐름이 이동되고, 인물의 시선은 가로 레이아웃의 영향에 가속화하며 서브타이포로 빠

른 흐름을 유도한다. 다음은 독서 중력에 의해 아래 인물로 흐르고, 인물의 시선은 독서 중력을 거슬러 왼쪽으로 흐름을 유도한다. 그 다음으로 독서중력에 의해 타이틀로고로 흐르는 순서로 ㄱ자형태의 흐름을 보인다.

인물 시선과 서브타이포의 위치 관계에 의해 가로 방향으로 느껴지는 속도감이 각 인물에 서로 반대로 작용하여 수용자에게 긴장감을 주어 주목성을 높이며, 두 인물의 대립 관계를 유추할 수 있는 단서를 제공한다. 또한 비가시적 조형요소를 포함한 모든 요소들의 통일된 가로 배치는 전체적으로 시각적인 통일감을 주어 안정감을 느끼게 한다.

[그림 5]는 좌상단의 여성 인물에 시각 진입이 이루어지고, 독서 중력에 따라 서브타이포로 시각적 흐름이 이어진다. 다음은 독서 중력에 의해 남성인물로 흐르는데, 남성의 시선과 독서 중력의 영향을 동시에 받아 타이틀로고로 흐르고, 독서 중력은 아래 여성인물에게 시각적 흐름을 준다. 그리고 아래 여성 인물의 시선에 의해 다시 한 번 타이틀로고와 왼쪽 여성 방향으로 시각적 흐름을 이끈다.

독서 중력을 두 번에 걸쳐 거스르면서도 좌측 여성 인물에게 두 번 시각적 흐름을 유도함으로써, 주인공의 비중을 암시한다. 또한 복잡한 시각 흐름은 극중 인물들 사이의 갈등관계를 암시한다.

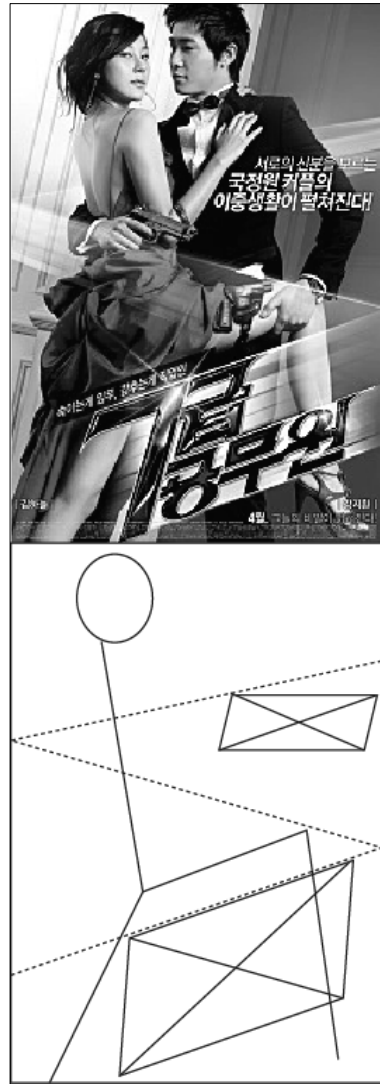
인물의 시선이 시각적 흐름을 유도할 경우, 자연스러운 순서의 정보전달이 용이하기 때문에, 시각적 흐름과 인물 시선을 고려하여 레이아웃 한 경우, 같은 시간에 더 많은 정보를 순차적으로 제공할 수 있으며, 영화의 내용도 일부 암시하는 효과를 볼 수 있다.

### 3.3. 인물의 동세에 따른 레이아웃

인물의 동세는 움직임을 직접적으로 암시한다. 이런 이미지의 불안정함은 수용자의 시선을 더욱 자극하여 주목성을 높이는데 기여한다. 반대로, 불안감을 다른 요소를 통해 안정감으로 바꾸어 동적이면서도 안정적인 레이아웃의 방향을 제시할 수도 있다.

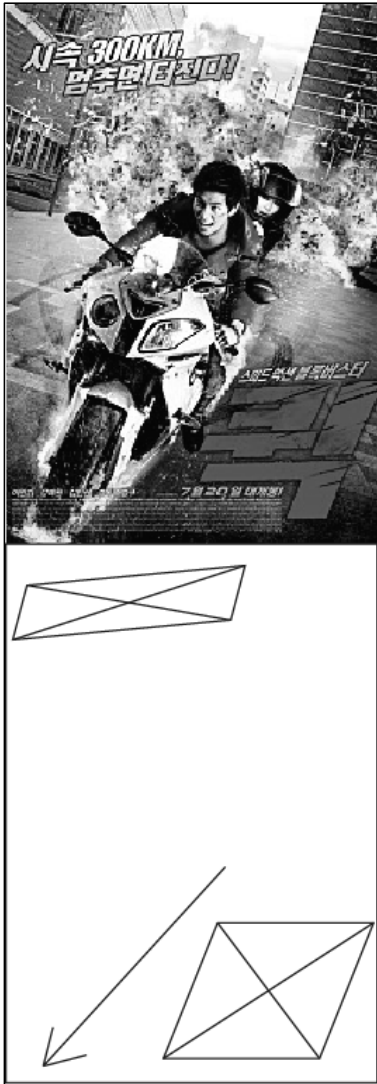
[그림 6]에서는 두 인물 중 동세가 역동적인 여성 인물이 더 눈에 띄게 된다. 이미지의 인물의 움직임 중 가장 강하게 움직이고 있다고 유추 되는 곳은 여성인물의 대퇴부이다. 여성인물의 대퇴부와 타이틀로고, 효과선을 수평위치에 놓아 여성인물의 동세에 속

도감을 부여하였다. 반면, 반대 방향의 효과선과 여성 인물에 비해 남성인물은 상대적으로 정적인 동세를 가진 것에 이미지 전체에서 안정감을 느낄 수도 있겠지만, 여성인물이 상대적으로 포스터의 많은 면적을 차지하고 있고, 효과선도 정방향의 선이 비중이 커, 동세의 불안감이 부여한 속도감이 안정감을 능가하였다.



[그림 6] 7급공무원  
(2009년 흥행순위 3위)

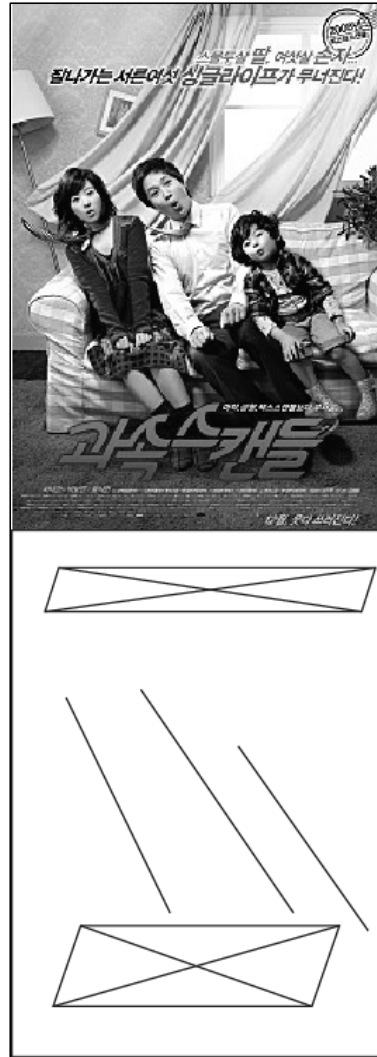
[그림 7]은 원동기의 속도감과 방향에 맞추어 타이틀로고와 서브타이포 배치 및 방향을 제시하여 속도감에 가속감을 도모하였다. 구도 역시 강한 동세를 위해 대각선으로 기울여 원동기 뒤쪽의 공간을 최대화하여 그 속도감을 높였다.



[그림 7] 킥  
(2011년 흥행순위 5위)

[그림 8]에서 세 인물의 동세는 왼쪽으로 비스듬히 기울어 시각적인 불안감을 조성한다. 반면 이미지를 아래와 위에서 감싸고 있는 타이틀로고와 서브타이포는 반대방향으로 기울여 인물 동세에서 느껴지는 불안감을 안정화 하였다.

[그림 9]는 멀리 보이는 도시배경을 통해 유추했을 때 인물의 동세 방향은 수직으로 상승하거나 하강하고 있다. 반면 타이틀 로고는 인물에서 느껴지는 운동방향과 반대방향이다. 동세와 타이틀로고의 기울임을 반대방향으로 놓음으로써 공중에 있는 불안정할 수 있는 이미지에 안정감을 도모하였으며, 옷자락의 방향성과 통일 시켜 활기를 부여하였다.



[그림 8] 과속스캔들 (2009년 흥행순위 4위)

[그림 6]와 [그림 7]의 사례를 통해 인물의 동세와 같은 방향을 취하는 타이틀로고의 역할은 인물 동세의 가속화임을 알 수 있다. 반면, [그림 8]과 [그림 9]의 사례를 통해 인물의 동세와 반대 방향을 취하는 타이틀로고의 역할은 전체 이미지의 안정감을 준다는 사실을 알 수 있다.

인물의 동세와 타이틀로고와의 위치 관계는 방향성에 따라 속도감을 가속화하여 주목성을 높일 수도 있고 시각적인 안정감을 주기도 한다.





[그림 9] 전우치  
(2010년 흥행순위 9위)

#### 4. 결론

연구 범위내의 96% 이상의 영화 포스터의 주된 조형요소는 유명 인물과 타이틀로고였다. 대부분의 영화포스터에 인물이 메인이미지로 등장하는 만큼 영화포스터 디자인은 인물 사진과 타이틀로고와의 위치관계가 가장 큰 비중을 차지한다. 여기서 중요한 점 한 가지는, 포스터를 바라보는 이도 사람이고, 포스터에 등장하는 이도 사람이라는 것이다. 이 점은 수신자와 기호 간의 큰 공감대를 기대할 수 있음을 시사한다. 이는 비가시적 조형요소가 레이아웃에 영향을 미치는 근본적 이유라고 말할 수 있다.

분석을 통해 비가시적 조형요소에 의해 타이틀로고가 동적인 경향을 가지게 되었음을 확인했고, 인물의 시선 방향과 동세라는 비가시적 조형요소는 직접적으로 보이지 않는 요소임에도 불구하고, 레이아웃에 많

은 영향을 미치는 요소라는 것을 사례 분석을 통해 알 수 있었다.

각 사례 분석을 통한 세부적 결과는 다음과 같다.

첫째, 인물의 시선과 타이틀로고가 소설점을 이루는 레이아웃의 경우, 시각적으로 유추되는 3차원적 공간감에 의해 긴장감이 조성되어 주목성을 띄게 되고, 이로 인해 짧은 시간 안에 시각적 커뮤니케이션이 이루어져야 하는 포스터 레이아웃의 목적에 적합하였다.

둘째, 인물의 시선이 시각적 흐름을 유도하는 레이아웃의 경우에는 자연스러운 순서의 정보전달에서 유용한 레이아웃으로, 시각적 흐름과 인물 시선을 고려하여 레이아웃 한 경우, 같은 시간에 더 많은 정보를 순차적으로 제공하는 데에 유리한 것으로 판단되었다.

셋째, 인물의 동세는 타이틀로고의 방향성에 따라 그 효과가 완전히 다른 것으로 나타난다. 타이틀로고가 인물의 동세와 같은 방향을 취할 경우, 동세가 가지고 있는 불안정함은 속도감으로 바뀌어 주목성을 높일 수 있었다. 또한 반대 방향의 경우에는 동적이면서도 시각적인 안정감을 준다.

위의 세 가지 분석 결과에 따라, 비가시적 조형요소의 활용은 비주얼을 통해 관객의 시선을 사로잡기에 유리하면서도 메시지를 빠르게 인식하게 하는데 결정적인 역할을 한다. 또한 안정적인 조형성과 자극적인 비주얼간의 절충적인 역할을 하기도 한다.

본 연구에 도출된 결과에 따라 인물의 시선이 정면을 바라보고 있지 않은 인물사진이 포스터의 메인 이미지인 경우와, 특정한 동세를 지니고 있는 인물 사진이 포스터의 메인이미지가 되는 경우, 포스터의 목적에 따라 그에 부합하는 비가시적 조형요소의 활용은 인물중심 포스터의 목적을 충족시킴에 있어 긍정적인 역할을 하였다. 영화포스터 뿐만 아니라 인물 중심의 다른 레이아웃에서도 마찬가지로 비가시적 조형요소를 고려하여 레이아웃이 이루어진다면, 보다 효과적인 시각적 커뮤니케이션이 가능할 것이다.

## 참고문헌

- 김기태 (1997), 『영화홍행을 위한 마케팅』, 삶과 꿈, 234.
- 김상욱 (2009), 그래픽지면 구성요소 분석을 통한 디자인 방법론의 효용성 연구, 『한국디자인포럼』, 22, 187.
- 김일영 (2002), 『연극과 영화의 이해』, 도서출판느티나무, 47.
- 김종찬, 김치용, 반경진 (2011), 소실점을 이용한 Depth-map 생성에 관한 연구, 『멀티미디어학회논문지』, 14(2), 331.
- 박진아, 조열 (2000), 웹디자인에 있어서 시각 커뮤니케이션을 위한 효과적 레이아웃 연구, 『기초조형학연구』, 1(2), 6.
- 삼죽사 (2005), 평면구성에 있어서의 동세 표현의 연구, 『기초조형학연구』, 6(1), 548.
- 선병일 (2011), 포스터 디자인의 효과적 표현체계와 요건에 관한 연구, 『커뮤니케이션 디자인학연구』, 36, 93.
- 손원준, 이승희, (2009), 인쇄매체 광고디자인에서 레이아웃 전략 연구, 『한국디자인트렌드학회, 한국디자인포럼』, 22, 444-446.
- 송민정 (2006), 『레이아웃의 모든것』, 예경, 346.
- 이경주, 임현혁 (2007), 영화 포스터의 타이포그래피의 특성 연구, 『경희대학교부설디자인연구원 논문집』, 10(1), 70.
- 장순석, 황지영 (2001), 국내 영화포스터의 디자인 현황 및 표현기법 분석에 관한 연구, 『커뮤니케이션 디자인학연구』, 8, 43.
- Robert Caputo (김문호 옮김) (2005), 『포토그래피 필드 가이드 - 인물사진을 잘 만드는 비결』, 청어람미디어, 97-98.
- William Lidwell & Kritina Holden & Jill Butler(방수원, 이희수 옮김), (2006), 『디자인 불변의 법칙 125가지』, 고려문화사, 118-178.
- <http://www.kofic.or.kr/cms/58.do> (2012. 6. 6)