

# 전시뮤지엄 아이덴티티(M.I.)로서 전시 포스터 시리즈: 2000년대 이후 사례를 중심으로 Exhibition Poster Series as Museum Identity: Cases since 2000

## 강주현 Kang Juhyun

서울과학기술대학교 강사

Lecturer, Seoul National University of Science and Technology

### 1. 서론

1.1. 연구 배경과 목적

1.2. 연구 방법과 범위

### 2. 전시 포스터 시리즈의 이해

2.1. 전시 포스터 시리즈의 의미와 역사

2.2. 뮤지엄 아이덴티티로서 포스터 시리즈

### 3. 2000년 이후 뮤지엄의 전시 포스터 시리즈

분류 및 분석

3.1. 전시 내용 시각화 포스터 시리즈

3.2. 공간 체계 시각화 포스터 시리즈

3.3. 포스터 시리즈를 통한 뮤지엄 정체성 구축

### 4. 결론

4.1. 연구의 한계와 후속 연구 제안

p-ISSN. 2765-2572

e-ISSN. 2765-7825

투고일 2023년 7월 8일

심사일 2023년 7월 11-25일

게재확정일 2023년 8월 1일

Received Date 8 July 2023

Reviewed Date 11-25 July 2023

Accepted Date 1 August 2023

요약

이 연구는 일부 뮤지엄에서 나타나는 전시 포스터 시리즈를 연구한다. 전시 포스터 시리즈는 일정한 뮤지엄에서 일정 기간 동안 동일한 디자이너에 의해 만들어지는 연속적 포스터이며 이것은 뮤지엄 아이덴티티로서 작동한다. 뮤지엄의 아이덴티티와 더불어 뮤지엄을 찾는 관람객에게 보이는 대표적 시각물인 포스터가 연작(시리즈)으로 디자인되며 평면의 연속성을 가질 때, 단순 평면의 차원을 벗어나는 경험을 관람객에게 선사한다.

1940년대부터 진행되어 온 전시 포스터 시리즈 디자인의 역사를 관찰하고 2000년 이후의 전시 포스터 시리즈에 초점을 맞추어 연구를 진행한다. 동시대 그래픽 디자이너에게 전시 포스터 시리즈가 가지는 의미를 모색하며 그것이 관람객에게 뮤지엄 아이덴티티로서 어떻게 작동하는지 알아보고자 한다. 조사한 전시 포스터 시리즈 디자인을 바탕으로 전시 포스터 시리즈의 유형과 디자인 접근 방법에 따른 분류를 진행하여 해당 전시 포스터 사례를 분석한다.

주제어

뮤지엄 아이덴티티, M.I., 전시 포스터, 포스터 시리즈, 체계적 디자인

Abstract

This research focuses on the exhibition poster series that appears in some museums. The exhibition poster series is a continuous series of posters created by the same designer for a certain period at a specific museum, and functions as the museum's identity. Along with the museum's identity, these posters, which are representative visuals presented to museum visitors, offer an experience that goes beyond the dimension of a simple flat surface when they have a continuity in their design.

The study observes the history of exhibition poster series design, which has been ongoing since the 1940s, and focuses on the exhibition poster series after the year 2000. The study aims to explore the significance of the exhibition poster series for contemporary graphic designers and how it functions as the museum's identity for the visitors. Based on the investigated exhibition poster series designs, the research categorizes and analyzes the cases of the exhibition poster series according to their types and design approaches.

Keywords

Museum Identity Design, Exhibition Poster, Poster Series, Systematic Design

## 1. 서론

### 1.1. 연구 배경과 목적

이 연구의 목적은 2000년 이후 유럽, 북미, 아시아 일부 뮤지엄에서 제작된 전시 포스터 시리즈가 뮤지엄의 아이덴티티(이하 M.I.)로서 지니는 가치를 조명하는 데 있다. 전시 포스터 시리즈는 M.I.로서 지니는 역할이 있음에도 불구하고 그동안 다뤄진 바 없다. 뮤지엄의 전시 포스터는 다양한 관점에서 분석된 바 있지만 그것이 시리즈로 작동되는 경우에 대한 인식은 없다. 또한 M.I. 디자인은 기업 아이덴티티 디자인(C.I.)의 종류로 다뤄지며 다분히 아이덴티티 디자인의 관점에서만 다루어졌다. 따라서 M.I.와 포스터 디자인 간의 상관관계에 대한 분석은 찾아볼 수 없다.

이러한 배경에서 2000년 이후 유럽의 일부 뮤지엄을 중심으로 시작된 전시 포스터 시리즈는 뮤지엄을 찾는 동시대 관객에게 뮤지엄의 정체성을 인식하는 중요한 도구로 발돋움한다. 전시 포스터 시리즈가 유럽 이후 북미, 한국, 일본 등 다양한 문화권의 뮤지엄에서 나타나는 현상임에도 불구하고 아직까지 어떤 형태로도 전시 포스터 시리즈의 의미와 역사를 기록하고 논의하지 않은 채 간과되어 온 것이 사실이다. 이에 연구자는 세계 곳곳의 뮤지엄에서 외부 그래픽 디자이너에 의해 M.I. 디자인과 함께 제작되어 온 전시 포스터 시리즈의 역사와 의미를 밝히고자 한다.

### 1.2. 연구 방법과 범위

이 연구에서는 2012년부터 진행한 개인 포스터 아카이브를 통해 시리즈로 제작된 포스터 실물자료를 바탕으로 포스터 시리즈 디자인을 분석을 진행했다. 스위스 아키텍처 뮤지엄(Switzerland Architecture

Museum), 카제르네 바젤(Kaserne Basel), 쿤스트할레 취리히(Kunsthalle Zürich), 테이크아웃드로잉 등 여러 뮤지엄의 포스터 아카이브를 통하여 확보한 자료를 토대로 실물 연구를 진행하였고 실물 포스터를 구하기 어려운 전시 포스터 시리즈의 경우 각 뮤지엄 웹사이트에서 디지털 이미지를 수집했다. 특히 취리히 디자인 뮤지엄(Museum für Gestaltung Zürich)의 온라인 뮤지엄 아카이브, MoMA 뉴욕 온라인 아카이브, 그리고 슈테델라이크 뮤지엄(Stedelijk Museum)의 온라인 컬렉션을 통해 스위스와 네덜란드를 기반으로 한 다양한 전시 포스터 시리즈의 이미지를 수집하고 연구를 진행할 수 있었다. 뮤지엄의 웹사이트에 아카이브 되어있지 않은 포스터 시리즈의 경우 디자인을 진행한 그래픽 디자이너 웹사이트에서 이미지를 찾았으며 디자이너 웹사이트에도 아카이브 되어있지 않은 경우 소셜미디어나 핀터레스트에서 검색하여 수집했다.

1차 문헌 자료로서 연구의 토대를 제공한 것은 「박물관 아이덴티티를 위한 타이포그래피 상관 요소의 활용 연구」, 『시간, 장소, 전시 포스터: 서울의 경우』를 참고하여 전시 아이덴티티로서 전시 포스터 디자인의 시각적 표현에 대해 연구했다. 최성일, 정재완의 『전집 디자인』를 통해 시리즈 디자인의 개념에 대해 접근할 수 있었다. 프로파간다 출판사의 계간 『그래픽』 13호 「비주얼 아이덴티티 이슈」에서 뮤지엄 아이덴티티와 아이덴티티 디자인의 일환으로 포스터 디자인의 과정을 관찰했다.

게다가 이 연구를 위해 뮤지엄에서 포스터 시리즈 디자인을 진행한 그래픽 디자이너에게 서면 연락을 취하여 간단한 서면면접과 함께 포스터 이미지를 디지털 파일로 제공받았다. 2006년부터 현재까지 스위스 아키텍처 뮤지엄(Switzerland Architecture

Museum, 이하 S AM)의 뮤지엄 아이덴티티 및 포스터 시리즈 디자인을 진행하고 있는 클라우디아 바젤(Claudiabasel)의 이리 오픈라텍(Jiri Oplatek) 디자이너를 통해 확보한 자료와 심층 면접(2023.2.8.)을 통해 기록한 S AM의 전시 포스터 시리즈의 디자인 진행과정에 관한 증언을 토대로 전시 포스터 시리즈의 저변을 탐색할 수 있었다. 그뿐만 아니라 진달래&박우혁(2023.2.7.), 슬기와 민(2023.2.7.), 펠릭스 패플리(Felix Pfäffli)(2023.2.7.), 제임스 고긴(James Goggin)(2023.2.7.), 단 솔바흐(Dan Solbach)(2023.2.7.) 칼 나브로(Karl Nawrot)(2023.2.7.)의 서면면접을 통해 뮤지엄의 체계적 포스터 시리즈 디자인의 접근 방법에 대한 다양한 토대를 확보할 수 있었다.

## 2. 전시 포스터 시리즈의 이해

### 2.1. 전시 포스터 시리즈의 의미와 역사

일반적으로 포스터는 광고나 선전을 위한 정보 전달을 목적으로 이미지와 텍스트로 일정한 내용을 표현하여 길거리나 사람의 눈에 많이 띄는 곳에 부착되며 노출된다. 상업적 광고를 위한 포스터의 광고 기능이 있는 반면 예술 문화 행사, 즉 전시나 공연을 위한 포스터는 단순 광고 기능보다는 뮤지엄의 전시 아이덴티티를 부여하는 측면<sup>1)</sup>과 대중과 전시의 맥을 이어주는 커뮤니케이션 도구로서 전시 정보를 전달하는 측면<sup>2)</sup>이 함께 작동한다. 근래 뮤지엄의 전시 포스터 디자인은 두 가지 측면이 함께 발전하지만 대부분 전시의 아이덴티티를 부여하는 방향으로 발전하고 있다.

뮤지엄 전시 포스터 디자인 결과물의 대부분은 전시 공간의 기획에 따라 각각 다르게 나타난다. 다만 최근 그래픽 디자이너의 동향을 살펴보면 디자인 용역으로 인한 클라이언트

의뢰로서 전시 포스터를 디자인하는 입장이라기보다 전시 작가와 큐레이터 등 전시를 기획하고 만들어 나가는 동반자로서 전시의 존재감을 확보할 수 있는 포스터들을 만드는 것을 중시하는 성격이 강하게 작용한다. 특히 이러한 경향은 기관이나 공공의 성격으로 운영되는 뮤지엄보다 사적으로 운영되는 신생공간에서 빈번하게 발견할 수 있다.<sup>3)</sup>

따라서 전시 포스터 디자인을 크게 두 가지로 분류할 수 있는데 전시의 기획과 내용에 따라 디자인의 접근 방법이 달라지는 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 디자인이 첫 번째 경우며, 전시 공간 아이덴티티 디자인, 즉 M.I.를 진행하며 그 일환으로 포스터 디자인의 체계를 설정하는 경우인 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인이 두 번째 경우다. 이 경우는 전시 내용의 시각화에 초점을 맞추기보다는 M.I.의 시각적 체계에 초점을 맞춘다고 볼 수 있다.

일반적으로 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 디자인을 전시 아이덴티티로서 포스터 디자인으로 간주한다. 전시마다 기획이 달라지거나 전시되는 작품이 달라지기 때문에 내용적 측면에서 접근한다면 디자인도 다르게 접근하게 되기 때문이다.

- 1) 유지원, (2021), 「기획자와 그래픽디자이너, 갈 때까지 가는 사이」, 『시간, 장소, 전시 포스터: 서울의 경우』, wrm(whatreallymatter), p.132
- 2) 한석원, (2022), 「전시 포스터의 시각표현유형에 관한 연구 -2015-2021년 국립중앙박물관 포스터를 중심으로-」, 커뮤니케이션디자인학연구 제79호, pp.395-406
- 3) 문정형, (2017), 「슬기와 민의 단명 자료 분석 -이것은 포스터가 아니다」, 『2017 SeMA 하나 평론상』, 서울시립미술관, p.90

반면 20세기 중반부터 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인의 경우에 해당하는 전시 포스터 디자인 접근 방법이 유럽을 중심으로 시도되었다. 전시 공간의 개별적 전시 포스터를 일시적으로 디자인하는 방법이 아닌 M.I. 디자인의 체계가 포스터 디자인에 영향을 끼치는 방식으로 확장하며 포스터 시리즈 디자인으로서 단면의 연속성을 가지며 발전하게 된다.

이 연구에서는 국내의 뮤지엄에서 진행된 포스터 시리즈를 두 가지의 경우에 집중하여 분석하고 디자인의 접근 방법 유형 분류를 진행했다. 포스터 시리즈 디자인은 동일한 공간에서 동일한 디자이너에 의해 시간을 두고 진행되는데, 각 전시의 포스터 디자인은 시차가 있지만 뮤지엄 로고의 사용, 서체의 통일, 동일한 레이아웃 체계 등 각각 다르지만 시각 요소의 연결성을 통해 서로 긴밀하게 연결되는 연속성이 부여되는 것을 관찰할 수 있다. 그중에서도 단순 로고의 사용으로 그치는 것이 아닌 계획적으로 포스터 디자인에 접근하는 방식의 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인 발전 방법에 초점을 맞춰 포스터 시리즈를 분류하고 ‘체계형’ 포스터 디자인 유형에 대한 면밀한 분석을 진행한다.

### 2.1.1. 전시 포스터의 의미

포스터 디자인의 주요 목적은 대중을 위한 광고나 선전 등 상업적 목적을 지닌 커뮤니케이션 행위임에도 불구하고 전시 포스터 디자인은 디자이너의 상업적 목적을 위한 디자인 행위 이상의 의미를 부여받는다. 동일한 방식의 이미지와 타이포그래피 디자인을 통한 시각적 이미지를 이용하고 대중에게 커뮤니케이션을 시도함에 불구하고 전시 포스터 디자인은 예술계로부터 모종의 제도적 권위를 통해 상업적 목적 이상의 의미를 부여받는 현상이 생긴다.

단토(Danto)와 디키(Dickie)의 예술을 바라보는 관점에 따르면 ‘예술 작품은 갤러리에 있기 때문에 예술품으로서 존재하는 것’이라는 ‘수행(performative)’ 효과를 지닌다고 한다. 큐레이터와 수집가 등으로 구성된 예술계(art world)의 수행효과를 통해 예술가의 예술 행위 결과물은 갤러리나 미술관이라는 전시 공간에 위치할 수 있으며 예술 작품으로 인정을 받게 된다. 그리고 수행 효과가 사회적으로 유효하기 위해서는 발화자가 모종의 제도적 권위를 가지고 있어야 하며, 제도적으로 인정된 배경에서 선언을 해야만 한다. 제도적으로 인정된 공간의 장소성이 작품에 생기는 수행효과로 인해 권위가 생성됨을 의미한다.<sup>4)</sup>

예술계의 예술 작품에 예술의 지위를 부여하는 방식을 전시 포스터에 적용해 본다면 전시 포스터 디자인의 생산자, 즉 디자이너는 예술계의 수행효과를 얻게 된다. 전시 공간의 큐레이터와 같은 예술계 혹은 그들의 수행효과를 얻은 예술가의 또다른 수행효과로 인해 ‘전시 공간에서 열리는 전시를 대표하는 전시 포스터기 때문에 예술품의 연장으로서 존재하는 것’으로 모종의 권위가 부여된다. 결국 디자이너가 국공립 뮤지엄의 전시 포스터를 디자인 한다는 것은 디자이너의 상업적 행위를 넘어서 디자인 행위 자체가 대중에게 예술로 인정되는 배경이 있기에 전시 포스터는 상업적 목적의 포스터와 다른 의미를 부여받게 된다.

4) 오스틴 해링턴, (2014), 『예술과 사회 이론 - 사회학적 미학의 길잡이』, 이학사, pp.43-45



[그림 1] 빔 크라우엘 디자인의 슈테델라이크 뮤지엄 포스터와 카탈로그 표지 및 다양한 인쇄물(1963년-1985년)

### 2.1.2. 뮤지엄 전시 포스터 시리즈의 역사

뮤지엄에서 진행된 전시 포스터 시리즈의 역사는 20세기 중반부터 본격적으로 유럽의 몇몇 미술관을 중심으로 시도된 것을 시작으로 한다. 대표적 사례는 1960년대 초반 빔 크라우엘(Wim Crouwel)의 암스테르담 슈테델라이크 뮤지엄(Stedelijk Museum Amsterdam)의 M.I. 디자인과 함께 진행한 포스터 시리즈 디자인을 들 수 있다. 그는 1963년부터 1985년까지 슈테델라이크 뮤지엄의 시각 커뮤니케이션의 모든 것을 단독으로 디자인했다.<sup>5)</sup> 특징으로는 지면 윗부분이나 밑부분 중 한 부분을 선택하여 헬베티카 대문자 'SM'을 가로로 가득 채워 배치하고 그 외의 공간은 전시에 관련된 정보와 작품 이미지 혹은 레터링 이미지를 배치한다. 글자의 검정색을 제외한 한 가지 색상으로 지면의 배경 전체를 채운 방식으로 디자인의 체계를 만든 것을 분석할 수 있다.[그림 1] 그것은 모든 인쇄물에 응용되었다.

미술관 로고부터 포스터, 카탈로그, 리플렛, 편지지, 티켓 등 대중이 직접적으로 혹은 간접적으로 접할 수 있는 모든 시각물에 디자인 체계가 도입되었다. 이후 대중은 거리에 붙은 포스터나 배너 그리고 미술관 근처의 장소에서 여러 인쇄물을 접하게 되고 지면의 한 부분에 흰색 헬베티카가 큰 글씨 크기로 쓰여진 'SM'을 보면 직관적으로 슈테델라이크 뮤지엄을 연상할 수 있게 되었다.

이 디자인 체계는 1945년부터 슈테델라이크 뮤지엄의 포스터 디자인을 진행했던 빌렘 산드베르흐(Willem Sandberg)로부터 받은 영향이다. 미술관의 디렉터로서 새로운 예술가들을 지원하고 유럽에서 가장 중요한 현대미술 컬렉션 중

5) Stedelijk Museum, <https://www.stedelijk.nl/en/exhibitions/wim-crouwel>, (2023.5.26.)



[그림 2] 빌럼 산드베르흐의 슈테델라이크 뮤지엄 포스터 시리즈(1945년-1963년)



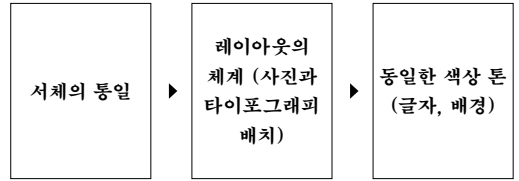
[그림 3] 리처드 홀리스의 화이트체펠 아트 갤러리 포스터 시리즈(1969년-1973년)

하나를 개발하는 동시에, 미술관의 포스터, 카탈로그 및 그래픽 자료 거의 모두를 직접 디자인하는 등, 그는 미술관 감독으로서는 이례적 활동을 펼쳤다.<sup>6)</sup>

제작 당시 380점 정도의 포스터를 직접 디자인하였는데 다다이즘의 영향을 받아 타이포그래피와 색상의 조합만으로 디자인을 진행한 것을 관찰할 수 있다.[그림 2] 그 중 특징적 부분은 동일한 서체의 사용과 이미지 사용의 배제를 통해 각 전시를 위한 포스터에 통일성을 표현해냈다. 레이아웃에서 간결한 타이포그래피와 레이아웃 디자인 최소한의 이미지 사용만으로도 전시에 따른 레이아웃이나 글자 색상이 달라짐에도 불구하고 동일한 전시관에서 진행되는 전시임을 관객에게 시각적으로 전달하고 있다.

뮌헨의 슈테델라이크 뮤지엄 그래픽 디자인이 진행되었던 시기와 동시대인 1960년대 말 영국 런던에서 그래픽 디자이너이자 저술가인 리처드 홀리스(Richard Hollis)는 화이트채플 아트 갤러리(Whitechapel Art Gallery)의 M.I. 디자인과 함께 포스터 시리즈 디자인을 진행했다. 갤러리의 초기 포스터 디자인은 시리즈로서 작동하기에는 서체의 동일한 사용이나 색상의 일관성과 같은 시각적 연속성을 찾아보기 어렵다. 하지만 리처드 홀리스의 관여 이후 포스터 디자인은 서체의 사용이나 레이아웃의 통일성이라는 체계 속에서 포스터의 디자인이 전시마다 변화하게 되는 유동성을 확인하기에 좋은 포스터 시리즈 디자인의 사례로 볼 수 있다.

그는 ‘편지지를 (디자인)했다면, 당연히 포스터도 그와 같은 소속처럼 보이게 만들어야 한다<sup>7)</sup>’고 밝히며 마찬가지로 인쇄물의 통일성을 주장했다. 포스터 디자인에서 가장 중요한 기초 작업으로 화이트채플 전용



[그림 4] 포스터 시리즈의 체계가 만들어지는 과정

활자체를 고르는 일이라 여기고 베르톨트 블록(Berthold Block)을 선택하여 갤러리 로고와 포스터에 사용했다. 이후 다양한 판형의 포스터에 전면적으로 사용된 베르톨트 블록과 접지선을 이용한 레이아웃 디자인을 통해 포스터 시리즈 디자인을 진행하고 대중과 시각적으로 소통했다.[그림 3]

이에 따라 포스터 시리즈 디자인의 요소를 파악할 수 있다. 서체의 통일이 우선적으로 이뤄져야 하고 통일된 서체를 기반으로 사진과 타이포그래피의 배치로 인한 레이아웃 디자인이 체계적으로 이루어진다. 그리고 마지막으로 글자와 배경 등의 색상 톤을 통일하여 시리즈로 디자인이 진행됨에도 통일성이 유지되도록 한다.[그림 4]

이후 다양한 몇몇 도시의 뮤지엄에서 그래픽 디자이너와 함께 다양한 접근 방법의 전시 포스터 디자인 시리즈가 기획되었다. [표 1]에서 시간의 흐름에 따라 국내외에서 볼 수 있는 포스터 시리즈 디자인을 목록화했다. 여기서 두 가지 조건이 있는데 그 중 첫 번째 조건은 뮤지엄의 내부 디자이너에 의해 진행된 디자인은 제외했다. 외부 디자이너에 의해 공간

6) Stedelijk Museum, <https://www.stedelijk.nl/en/exhibitions/sandberg-director-and-designer>, (2023.5.26.)

7) 크리스토퍼 윌슨, (2021), 『리처드 홀리스, 화이트채플을 디자인하다』, 작업실 윌링, p.76



시대	디자이너	기관	도시	작업 (추정)년도
1940년대	빌렘 산드베르호	슈테델라이크 뮤지엄	암스테르담	1945-1963
1950년대	요제프 필러 브로크만	톤 할레 게젤샤프트, 오페른 하우스	취리히	1950-1972, 1964-1971
1960년대	빔 크라우엘	슈테델라이크 뮤지엄	암스테르담	1963-1985
	리처드 홀리스	화이트 채플 아트 갤러리	런던	1969-1973 1978-1985
1980년대	8vo(옥타보)	보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄	로테르담	1989-1994
1990년대	폴라 세어	퍼블릭 씨어터	뉴욕	1994-present (추정)
2000년대	클라우디아 바젤	스위스 아키텍처 뮤지엄	바젤	2006-present
	진달래 박우혁	테이크 아웃 드로잉	서울	2006-2011
	토닉	보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄	로테르담	2006-?(추정)
	한스 흐레먼	제이우스 뮤지엄	미델부르흐	2007-2014(추정)
	코넬 빈들린	샤우슈피엘하우스 취리히	취리히	2009-2011
2010년대	펠릭스 패플리	퀴드폴	루체른	2010-2015
	루도빅 발랑	테아터 바젤	바젤	2012-2013 (추정)
	제임스 고긴	블랙 시네마 하우스	시카고	2013
	아베 히로후미	프린트 갤러리 도쿄	도쿄	2012-present
	칼 나브로	LIG 아트홀	서울	2014
	슬기와 민	ACC 아시아문화전당 예술극장	광주	2014-2015
	단 솔바호	쿤스트할레 취리히	취리히	2014-present
	노드 베르린 오슬로	하우스 데 쿨투렌 데 벨트	베를린	2015-present
	안마노	17717	서울	2016-2020
	신신	취미관	서울	2017-2021 (추정)
	클라우디아 바젤	카제르네 바젤	바젤	2018-present
	라우런츠 브룬너	샤우슈피엘하우스 취리히	취리히	2019-2023
	2020년대	클라우디아 바젤	테아터 바젤	바젤

[표 1] 시대 별 국내외의 예술기관 및 문화공간 포스터 시리즈 디자인 조사 목록

로고 등 아이덴티티를 보여주는 다양한 인쇄물 디자인과 함께 포스터 디자인을 진행한 경우의 사례를 분류했다. 두 번째 조건은 해외의 경우 국공립 뮤지엄에서 포스터 시리즈가 진행된 경우를 찾을 수 있었지만 국내의 경우는 1가지 경우밖에 없었다. 따라서 뮤지엄이 아닌 개인에 의한 신생공간이나 복합문화공간에서 이뤄진 포스터 시리즈를 포함시켰다. 이 두 가지 조건을 기반으로 국내외의 사례를 조사했다.

### 2.2.1. 시리즈 디자인의 의미

시리즈는 같은 종류의 연속 기획물이나 연속 출판물을 의미한다.<sup>8)</sup> 연속적으로 포스터를 기획하여 같은 종류의 포스터를 생산하는 방식을 포스터 시리즈라 한다. 전시 포스터에서 포스터를 기획하는 것은 주로 큐레이터이기 때문에 큐레이터의 동일한 기획 하에 주도된 포스터는 연속성을 부여받으며 3차례 이상의 포스터가 같은 종류로 디자인된다면 그것을 전시 포스터 시리즈로 구분할 수 있다. 큐레이터의 기획으로부터 연속성을 부여받은 포스터 시리즈는 시간의 격차를 통해 대중에게 공개되며 커뮤니케이션의 연속성으로 확장된다.

시리즈 디자인은 주로 연속 간행물에서 찾아볼 수 있으나 기획과 내용의 단발성이 짙은 잡지보다는 동일한 종류의 기획에 의해 진행되는 책, 즉 전집 시리즈의 디자인에서 주로 나타난다. 북 디자이너 안지미는 단행본과 전집 디자인의 접근 방식이 다를 수밖에 없다고 하며 예를 들면 집 한 채 짓는 것과 커다란 아파트 단지를 짓는 것은 접근하는 방식도 달라야 할 것이고, 디자인 진행의 초반 계획 자체가 다르다고 말한다. 게다가 디자인의 접근에 계획은 제약으로 작동하게 되는데 제약은 아주 현실적 것일 수도 있지만 장기적 안목으로 전체가 모여 큰 덩어리가 됐을 때 어떤 형태가 될까 하는 것들을 생각하며 구조를 탄탄하게

세울 수 있는 기회라고 언급했다.<sup>9)</sup>

이로 미루어 보아 포스터 디자인은 주로 단발적 행위에 가까운 반면 포스터 시리즈 디자인의 계획은 시간성이 부여되어 장기적 시간을 관통하는 디자인 계획이 수립되어야 한다. 그것은 단순히 디자이너 개인의 역량으로 이루어지기보다는 프로젝트에 개입되는 편집자, 기획자 혹은 작가와 같은 다른 구성원들과 오랜 기간의 합으로 이루어진다. 전시 포스터 디자인의 상황에서 그들은 주로 큐레이터이다. 큐레이터와의 꾸준한 관계를 통해 포스터 시리즈 디자인의 생산환경이 조성된다. 대표적으로 그래픽 디자이너 빔 크라우웰은 오랜 기간 전시 공간 포스터 시리즈 디자인을 진행하며 ‘나는 전시에서 다양한 큐레이터들, 그리고 모든 부서의 직원들과 함께 일했다’고 밝혔다.<sup>10)</sup>

### 2.2. 뮤지엄 아이덴티티로서 포스터 시리즈

뮤지엄을 하나의 기관으로 봤을 때, 그 아이덴티티는 ‘전면’(Front)과 ‘후면’(Back)이라는 두 그룹으로 나눌 수 있다. ‘전면’은 전시가 열리는 실제 뮤지엄을 가리키며, 이 부분은 가변적이다. ‘후면’은 커뮤니케이션 부서, 사무실, 행정 본부, 창고

8) “시리즈.” 네이버 국어사전(표준국어대사전)

9) 최성일, 정재완, (2011). 『전집 디자인』, 북노마드, p.46

10) Design Museum, (2011), Wim Crowwel: a graphic odyssey catalogue, Unit Edition, p.68

등 뮤지엄 운영에 관련된 부서를 의미한다.<sup>11)</sup>

동시대의 전시 공간에서 제작되는 포스터 결과물을 관찰하면 디자이너의 자율성에 의해 다양하면서 실험적 포스터 디자인 접근 방법을 쉽게 찾아볼 수 있다. 다만 전시의 일회성 때문에 전시 포스터 디자인도 단편적 성격을 띠게 되며, 디자이너들은 각 전시마다 매번 다른 포스터를 디자인하는 입장이 되거나 전시 공간은 매번 다른 디자이너와 일하는 상황이 생기는 것이 일반적이다. 이러한 업무 환경은 서로 소모적 관계를 만들어 내며, 전시 포스터를 단편적으로밖에 접근할 수 없는 생산 환경을 조성한다.

인용문에서 언급한 것처럼 디자이너뿐만 아니라 큐레이터도 마찬가지로 뮤지엄의 전면을 위한 포스터로만 디자인에 접근하게 된다면 이러한 상황의 타개는 불가능하며 디자이너와 큐레이터의 지속적 협력관계는 부분적이거나 일방적일 수밖에 없다. 반면 일정 기간 동안 지정된(계약된) 그래픽 디자이너가 모든 전시 포스터 및 인쇄물의 일관적 디자인을 진행하여 뮤지엄의 후면에 해당하는 실질적 공간 운영 실무에 대한 체계를 갖춰나간다면 뮤지엄과 협업의 의미도 확장할 수 있게 된다. 이러한 조건에서 포스터도 기획에 따라 시리즈로 제작된다면 하나의 체계 속 다양하며 실험적이지만 뮤지엄만의 정체성을 갖는 디자인이 나올 수 있다. 통일된 디자인 문법을 통해 이뤄지는 전시 포스터 시리즈라면 매번 다르게 디자인되는 단편적이고 산발적 전시 포스터와 대조적으로 경제적이며 효율성이 높아지고 표면적으로 포스터가 모두 모였을 때 주는 압도적 통일감의 힘이 있다.

니클라스 루만(Niklas Luhmann)의 사회학 이론에서 예술이 커뮤니케이션의 일종으로 간주되고, 예술작품은 후속관찰자의 커뮤니케이션 가능성을 계속

담보할 수 있는 조건에 좌우된다는 것<sup>12)</sup>은 커뮤니케이션 매체인 포스터에서도 그대로 적용될 수 있다고 본다. 포스터는 정보 전달을 넘어 미적 표현을 통해 감정을 전달하는 심미적 기능도 가지고 있으며, 관찰자는 포스터를 통해 디자이너와 커뮤니케이션하며 의미 모색을 추구한다. 이때 시리즈 디자인의 체계가 작동하면 관찰자가 모색하는 의미는 지속적으로 작동되며, 다른 전시의 포스터를 볼 때에도 과거의 경험으로 내재된 의미가 재작동될 수 있다.

종합하자면 전시 포스터 시리즈 디자인은 총체적 M.I. 디자인으로 해석해 접근해야 한다. 이는 전시 공간의 파편적 이미지를 하나로 모아 관객에게 제공하며 이를 통해 관객은 통일된 이미지 속 다양한 이미지의 변주를 체험할 수 있다. 포스터를 보는 관객으로 하여금 직관적으로 물리적 공간을 연상시킬 수 있으며, 이것은 새롭게 만들어지는 전시 포스터라 하더라도 시리즈의 작동 방식에 의해 그것이 어떤 뮤지엄의 포스터인지 즉각적으로 떠올릴 수 있게 해준다. 결과적으로 디자이너와 관찰자의 커뮤니케이션은 끊임 없이 재작동하며 발전하게 된다.

11) 한스 흐레먼, (2010), 『제이우스 뮤지엄』, 『그래픽 매거진 13호 비주얼 아이덴티티 이슈』, 프로파간다 출판사, p.12

12) 니클라스 루만, (2014), 『예술체제이론』, 한길사, p.25

### 3. 2000년 이후 뮤지엄의 전시 포스터 시리즈 분류 및 분석

본 장에서는 2000년 이후 국내외 전시 공간에서 진행된 포스터 시리즈 디자인을 분석했다. 상위 분류로써 포스터 시리즈 디자인의 접근 방법을 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 디자인과 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인으로 나누었다. 유형 분류는 포스터의 디자인 접근 방법을 기준으로 이루어졌다. 전시 포스터를 디자인할 때 전시의 내용, 즉 기획이나 작품에 초점을 맞추어 디자인을 진행하는 경우는 ‘전시 내용 시각화’로 분류하고, 전시의 내용보다는 M.I. 혹은 공간과 디자인이 관련 있는 경우는 ‘공간 체계 시각화’로 분류했다. 요약하자면, 매 전시마다 다른 유형의 포스터 디자인을 선보이는 경우는 ‘전시 내용 시각화’에 가깝고 전시가 거듭되더라도 포스터 디자인의 일관성이 유지되는 디자인이 나타난다면 ‘공간 체계 시각화’ 디자인에 가깝다.

이후 포스터 시리즈에 나타난 디자인의 통일성, 허용성, 다양성에 따라 유형을 4가지로 세분화하고 분석했다. 상위 분류에서 나타나는 포스터 시리즈의 성격은 포스터 디자인의 통일성, 허용성, 다양성을 관찰할 수 있다. 통일성은 포스터 디자인에 있어 포스터에 사용된 요소 간의 통일성이며 허용성은 각 포스터 간 디자인의 접근에 있어 나타나는 제한적 시도의 범위, 그리고 다양성은 각 포스터 간 구별 가능한 다양한 디자인 결과물의 정도를 나타낸다.

앞서 전시 포스터 시리즈의 역사를 살펴보면 2000년대 이후로 유럽을 기반으로 한 포스터 시리즈 디자인 접근 방법이 2000년대 이전보다 더 적극적으로 나타나고 있기 때문이다. 물론 자료의 접근성 차원에서 2000년대 이후 디자이너나

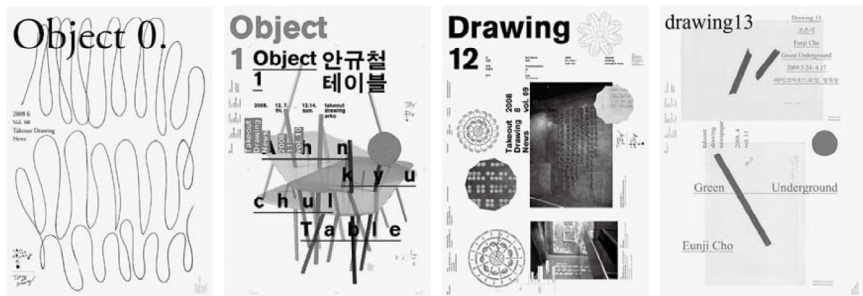
뮤지엄 입장에서 웹사이트를 통한 온라인 아카이브가 수월하기 때문에 해당 자료를 수집하고 분석하기 용이했다. [표 2]

#### 3.1. 전시 내용 시각화 포스터 시리즈 포스터 시리즈 디자인 접근 방법 중 ‘전시 내용 시각화’에 해당하는 사례를 살펴보며 분석을 진행해 보겠다.

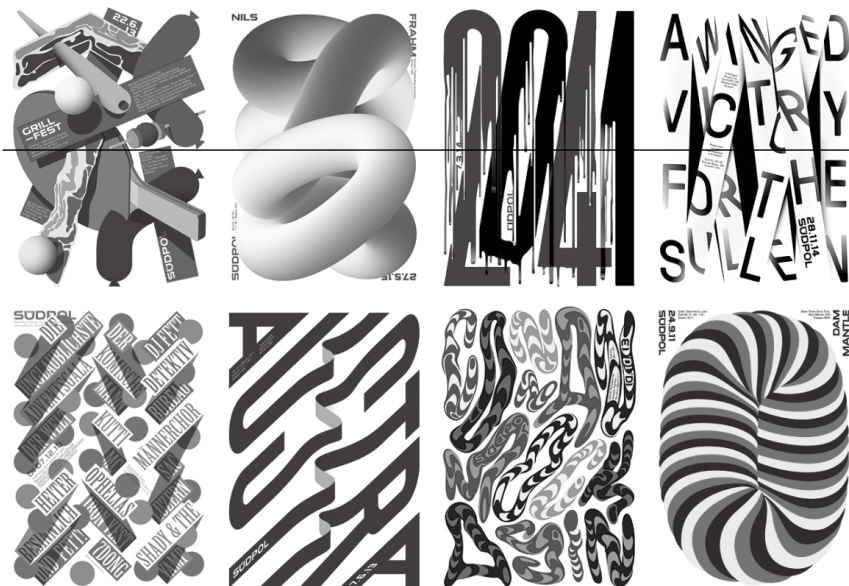
##### 3.1.1. ‘자율형’ 포스터 시리즈 디자인 유형

‘자율형’ 포스터 시리즈 디자인은 다른 시리즈 디자인 유형보다 디자인의 자유도가 높다. M.I. 디자인을 진행하며 포스터 시리즈를 함께 디자인하지만 서로 연관성은 크게 없다. 포스터 시리즈 속 각 포스터 간 서체의 통일성도 낮다. 전시 기획이나 작품에 따라 서체의 변화를 추구하는 것을 관찰할 수 있다. 때로는 전시 아이덴티티가 따로 존재하며 그럴 때는 M.I.를 사용하지 않거나 변형하여 사용한다. 서체의 다양한 사용과 마찬가지로 레이아웃 디자인의 통일성은 찾아볼 수 없다. 전시가 기획될 때마다 새로운 레이아웃의 포스터 디자인이 생산되는 유형이다. 진달래&박우혁의 테이크아웃로잉[그림 5], 펠릭스 패플리(Felix Pfäffli)의 쥐드폴(Südpol)[그림 6], 신신의 취미관[그림 7]의 경우가 이 유형에 해당된다.

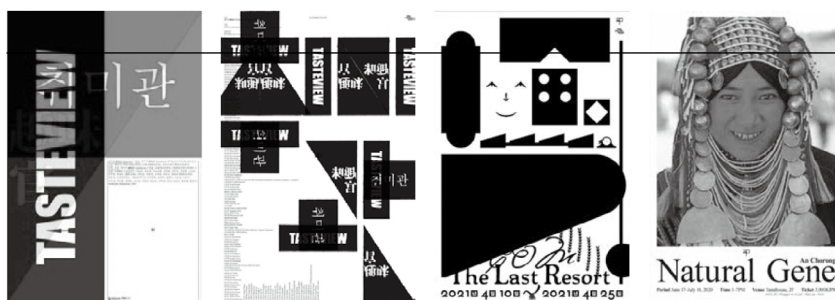
대표적으로 진달래&박우혁의 테이크아웃로잉 포스터 시리즈를 들 수 있다. 테이크아웃로잉은 카페 겸 전시 공간으로 복합문화공간을 표방하며 두 달에 한 번 예술가를 초대해 기획 전시를 열며 성북동 동네의 작은 미술관 역할을 하는 공간이다. 진달래&박우혁은 테이크아웃로잉의 브랜딩은 물론 2006년부터 2011년까지 이 공간에서 열리는 전시의 포스터를 전담하여 디자인했다.



[그림 5] 진달래&박우혁의 테이크아웃로잉 포스터 시리즈(2006-2011)



[그림 6] 펠릭스 파올리의 쿼드롭 포스터 시리즈(2010-2015)



[그림 7] 신신의 취미관 포스터 시리즈(2017-2021)

“‘테이크아웃로잉’이라는 복합문화공간이 지향했던 자율과 실험성을 바탕으로 이 공간의 브랜딩과 전시 홍보물인 신문, 기타 출판물들도 어떤 한계와 제한 없이 디자인되었다. 전시의 작가는 매번 달라지기 때문에 디자인 방향과 방식, 소재들도 매번 다양했고, 디자인도 당연히 어떤 포맷이나 규칙 없이 매호마다 새로운 시도를 할 수 있었다.”<sup>13)</sup>라며 테이크아웃로잉 포스터 시리즈를 진행한 진달래&박우혁의 서면면접을 통해 디자인 접근 방법에 대해 밝히기도 했다.

이 유형의 전시 포스터 시리즈는 디자이너에게 주어진 디자인의 자유도가 높아 허용성이 다른 유형에 비해 높지만 통일성이 낮은 것으로 분석된다. 큐레이터나 뮤지엄의 입장에서는 포스터 디자인을 전적으로 디자이너에게 의지한다. 따라서 각 포스터 디자인은 전시 기획과 내용을 디자이너의 의도대로 해석하며 시각화 방법에 초점을 맞추어 진행할 수 있다. 디자이너 입장에서는 시리즈에 해당하는 각 포스터의 디자인은 다양한 시각화의 실험으로 간주된다.

### 3.1.2. ‘서체 통일형’ 포스터 시리즈 디자인 유형

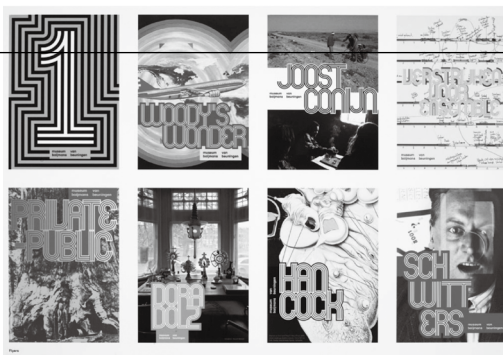
‘서체 통일형’ 포스터 시리즈 디자인 접근 방법은 ‘자율형’과 마찬가지로 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 디자인 접근 방법에 해당하며 M.I. 디자인의 체계에 초점을 맞추기보다 각 전시의 내용과 기획을 시각화하는 것에 초점을 맞춘다. 다만 지면의 한 곳에 위치하는 로고를 통해 이 전시가 동일한 공간에서 개최되고 있음을 대중에게 시사한다. 각 포스터 디자인은 디자이너의 시각적 표현에 집중하기 때문에 표면적으로 레이아웃의 통일성은 낮지만 ‘자율형’보다는 포스터 간의 유기적 연결성은 존재하는 것으로 관찰된다. 전체적 시리즈 통일성을 위한 요소로 포스터



[그림 8] 안마노의 17717 포스터 시리즈(2016-2020)



[그림 9] 라우런츠 브룬너의 사우슈피엘하우스 취리히 포스터 시리즈(2019-2023)



[그림 10] 토닉의 보인만스 반 뷔닝겐 뮤지엄 포스터 시리즈(2006-2016(추정))

시리즈의 서체를 통일하여 디자인했기 때문이다. 때로는 M.I.를 위한 서체를 직접 디자인하여 포스터 시리즈에 사용하기도 한다.

포스터 디자인을 이루는 시각 요소들은 서체 외에는 다소 제각각이기 때문에 체계적 디자인 접근 방법은 아니지만 확실한 서체의 사용으로 인해 관찰자의 인식에는 공통된 포스터 간의 소통 활로가 존재한다.

13) 진달래&박우혁, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)

더군다나 이 유형에 해당하는 포스터에서 보이는 서체는 조형적 특이점을 쉽게 찾아볼 수 있다. 보편적 세리프나 산세리프 서체의 형태를 넘어서는 획의 특수한 형태를 M.I.의 일환으로 사용하는 예시를 찾아볼 수 있다. 특수한 형태를 갖는 서체를 사용한 대표적 포스터 시리즈는 토닉(Thonik)의 보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄(Museum Boijmans Van Beuningen) 포스터 시리즈이다.

네덜란드 로테르담에 위치한 보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄의 M.I. 디자인 및 포스터 시리즈 디자인을 2006년부터 새롭게 진행한 네덜란드 그래픽 디자인 스튜디오 토닉은 랜스 와이먼(Lance Wyman)의 1968년 멕시코 올림픽을 떠올리게 하는 서체로 만들어진 뮤지엄의 M.I.를 변형하여 세 줄이 겹친 형태로 발전시켰다. 그리고 이 서체를 뮤지엄의 프로그램을 나타내는 서체로 사용하고 뮤지엄 이름은 중립적 서체로 사용했다. 따라서 전시물의 커뮤니케이션에 아이덴티티가 표현되도록 다양한 두께의 선, 색상, 패턴 등을 사용하여 다양한 전시에 맞게 조정하여 포스터 시리즈를 디자인했다.<sup>14)</sup>

전시의 기획이 달라지고 삽입되는 사진이 달라지며, 어떤 전시가 열리더라도 여러 겹의 선들이 만들어 내는 서체의 형태적 강렬함은 그 전시가 보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄에서 열리는 것임은 로테르담 대중에게 충분히 각인시켰다. 서체의 통일성을 이용한 레터마크는 당당하게 목소리를 내기도 하고 부차적 요소로 숨어있기도 하면서 M.I.를 영리하게 반복적으로 노출함과 동시에 유머와 재미를 배가시킨다. 이러한 시각적 시도는 관람객에게 미술관을 친숙하게 소개하고 차별화된 이미지를 남긴다고 한다.<sup>15)</sup> 이러한 유형에 포스터 시리즈는, 안마노의 17717[그림 8], 라우렌츠 브룬너(Laurenz Brunner)의 샤우슈피엘하우스 취리히(Schauspielhaus

Zürich)[그림 9], 토닉의 보이만스 반 뵘닝겐 뮤지엄[그림 10]을 분류할 수 있다.

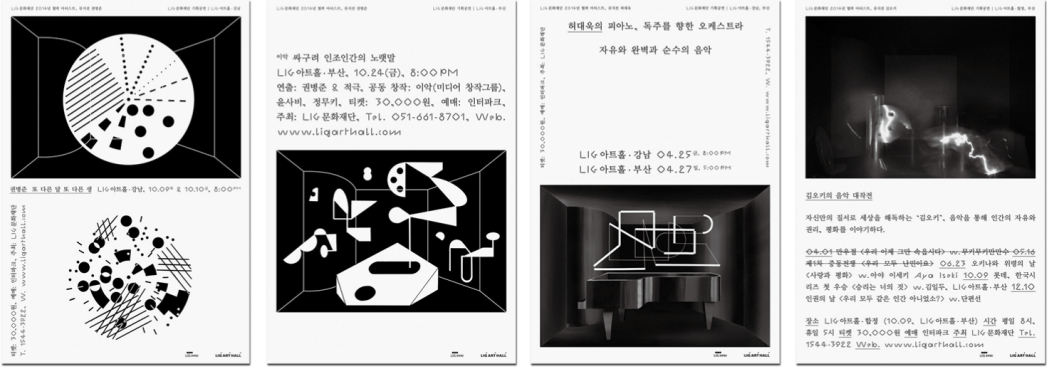
### 3.2. 공간 체계 시각화 포스터 시리즈

포스터 시리즈 디자인 접근 방법 중 ‘공간 체계 시각화’에 해당하는 사례를 살펴보면 분석을 진행해 보겠다.

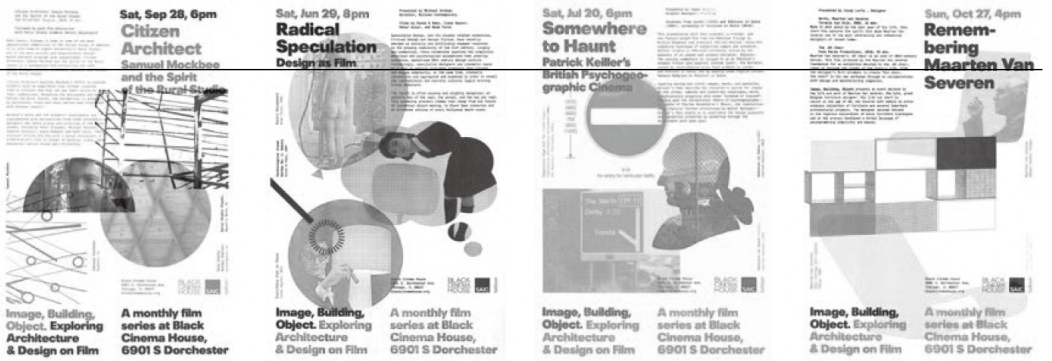
#### 3.2.1. ‘레이아웃 통일형’ 포스터 시리즈 디자인 유형

‘레이아웃 통일형’ 포스터 시리즈 디자인에 해당하는 포스터는 앞서 살펴봤던 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 시리즈와는 다른 유형에 해당한다. 자유로운 접근 방법을 통해 다양한 결과물을 제작할 수 있던 접근 방법보다는 각 포스터에 적용되는 규칙이 생기며 제한적 요소를 통해 전시 내용의 시각화를 이루는 접근 방법이라 볼 수 있다. 이 유형에서는 포스터 시리즈 전체의 통일성을 레이아웃을 통해 표현했다. 디자이너는 각 포스터를 디자인하기 이전 레이아웃으로 제한적 규칙을 설정한다. 텍스트가 배치되는 위치나 이미지가 배치되는 위치를 전반적으로 통일하며 세운 규칙은 매번 포스터가 디자인될 때마다 적용되었다. 그리고 적용된 규칙 속 내용에 맞춰 변화를 꾀했다. 전체적 시리즈로 포스터를 모아놓고 봤을 땐 하나의 레이아웃 체계 안에서 포스터 디자인이 진행되었음을 관찰할 수 있다.

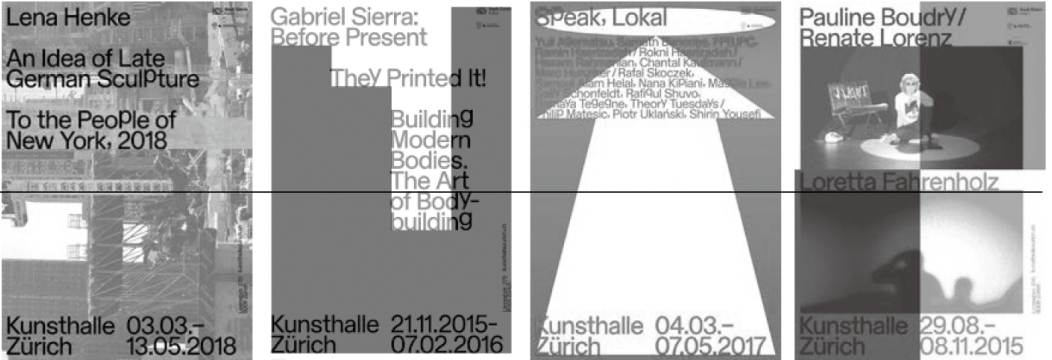
이러한 경우는 전시 내용을 반영한 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 시리즈보다는 전시 공간의 아이덴티티 디자인의 일환으로 포스터 시리즈 디자인을 진행하는 것에 가깝기 때문에 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인 접근 방법에 해당한다. 전체적 디자인의 통일성을 위해 서체는 디자이너의 선택에 의한 한 가지 서체로 사용된다. 레이아웃의 예를 들면, 전시 제목이 지면의 윗부분이나



[그림 11] 칼 나브로의 LIG 아트홀 포스터 시리즈(2014)



[그림 12] 제임스 고긴의 블랙 시네마 하우스 포스터 시리즈(2013)

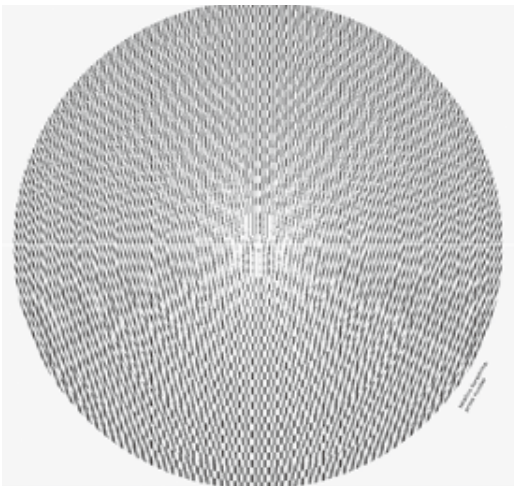


[그림 13] 단 슬바호의 쿤스트할레 취리히 포스터 시리즈(2014-현재)

- 14) 10 years boimans and thonik, <https://www.thonik.nl/stories/10-years-boijmans-and-thonik> (2023.5.26)
- 15) 박수진, (2014), 「박물관 아이덴티티를 위한 타이포그래피 상반 요소의 활용 연구」, 기초조형학연구, 통권 65호, pp.225-236





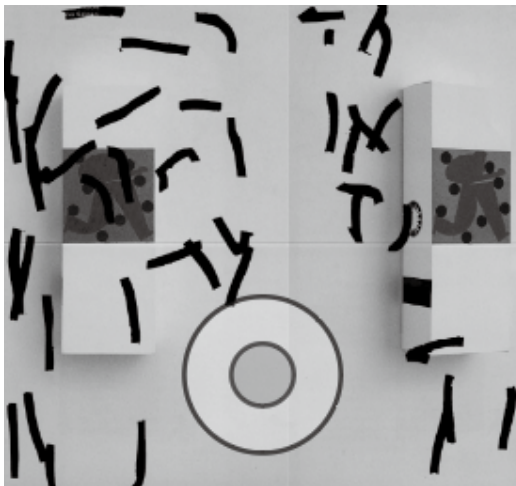


**Takahiro Kurahama**

MOIRA  
EMOTION

print  
gallery

Takahiro Kurahama (1975) studied graphic design at an atelier, an art-orienting agency in Tokyo before working in his various independent projects and publications. One of his books of poems in the work "Memorial" published by Yoko Maki, Barcelona. When the reader reads a line enclosed in a book on the printed page, it is called "Memorial" because the lines accompanying each word define the significance in relation to a pair of visual poetry. He has recently provided works for exhibitions and lectures in the Japanese brand libraries and publications in the Esplanade museum in San Francisco. In addition to the "Memorial" based promotional works he has created thus far, this exhibition will feature three-dimensional works, posters of new works provided with handwritten notes.



**Emil Ruder and Alexander Scharin's Ray**

print  
gallery

Emil Ruder (1901-1967) studied graphic design at the Bauhaus in Weimar, Germany, where he met and worked with Herbert Lubowitsch. He then worked in the Bauhaus typography department under Lubowitsch's supervision. In 1928, he moved to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1930, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1933, he moved to Moscow, Russia, where he worked for the publishing house of the Soviet Union. In 1935, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1938, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1945, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1950, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1955, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1960, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1965, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1970, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1975, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1980, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1985, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 1990, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 1995, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 2000, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 2005, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 2010, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 2015, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways. In 2020, he moved to Berlin, Germany, where he worked for the publishing house of the German Democratic Party. In 2025, he moved back to Zurich, Switzerland, where he worked for the publishing house of the Swiss Federal Railways.



**romano hänni**

**rjshc6nenEu  
nup  
kiklMcthrhie**

typo bilder buch

The book "Typo Bilder Buch" is a collection of typographic designs by Romano Hänni. It features a variety of styles, from traditional to experimental. The designs are presented in a grid-like format, allowing for easy comparison and analysis. The book is a valuable resource for anyone interested in typography and graphic design.



**Typo Picture Book and more...**

**Romano Hänni**

Typo Picture Book and more...

Romano Hänni (1929) is a typographer and designer in Basel (Switzerland). He also has been creating handprinted books for 30 years. In his latest publication **Typo Picture Book** printed on handprinted paper, the author made hand-printed posters spread through magazines. On the portrait of this book, Hänni writes: "The purpose of this book is the pureness, simplicity, and clarity of the type. The book **One Thousand and One Types**, 1960, is a collection of various typographic company made at Hänni's atelier. Since the design of this book is printed by letterpress. This exhibition both shows and offers for sale books and printed sheets. Besides them, postcards, posters are on display.

print  
gallery



**Postage stamp "Lightlike cover"**

PTL, Basel

1958-1960

1958-1960

Emil Ruder  
1901

**danko Emil Ruder celebrating 100th birthday**

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

1901-2001

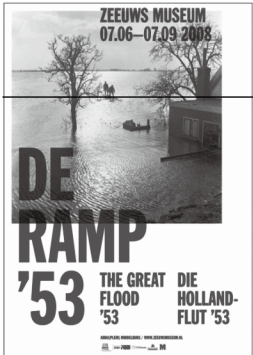
1901-2001

Emil Ruder (1901-2001) was a Swiss typographer and designer. He studied at the Bauhaus in Weimar, Germany, and later at the University of Zurich. He is best known for his work on the design of the Swiss Federal Railways (SBB) typeface, which was a major breakthrough in the history of typography. Ruder's work was characterized by its clarity, simplicity, and functional approach. He was a pioneer in the use of sans-serif typefaces and his designs have influenced generations of typographers and designers. His work is a testament to the power of good design and the importance of typography in our lives.

print  
gallery



[그림 15] 노드의 HKW 포스터 시리즈(2015-현재(추정))



[그림 16] 한스 흐레먼의 제이우스 뮤지엄 포스터 시리즈(2007-2014)



[그림 17] 루도빅 발랑의 테아터바젤 포스터 시리즈(2012-2013)

아랫부분에 배치되고 이미지가 지면의 중간 부분 그리고 전시 공간 이름이 남은 공간에 배치되는 것처럼 대략적 위치는 정해지지만 경우에 따라 그 위치는 유동적으로 변한다. 색상의 톤은 일괄적 색상을 유지하는 것이 보통이지만 마찬가지로 경우에 따라 유동적이다.

이 유형부터는 포스터 시리즈 속 개별 포스터 간 연관성을 관찰할 수 있다. 포스터를 디자인하는 시작 단계에서 이미 포스터 시리즈로 진행될 것이라는 전제가 이루어진 체계에 따라 포스터 디자인을 진행하는 경우로 볼 수 있다. 계획적으로 진행된 레이아웃은 M.I.의 일환으로 작동하기 때문에 관람객으로 하여금 공간의 이미지를 보다 더 고정적으로 전달하는 데 유리하다. 칼 나브로의 LIG 아트홀 포스터 시리즈의 경우 한글은 기존 서체를, 영문과 숫자는 직접 디자인하여 포스터 시리즈의 통일성을 강조했다. 텍스트와 이미지의 배치는 지면으로 가로로 나누었을 때 윗부분이나 아랫부분을 차지하도록 가변적으로 설정하여 그래픽 요소가 들어가는 위치가 제한적 것을 관찰할 수 있다. 포스터의 이미지도 디자이너 스스로 제작하여 포스터 간의 연관성을 만들어내고 전체적 분위기를 통일했다. 포스터마다 이미지와 텍스트가 배치되는 큰 틀은 유지된 채 그 안에서의 변화를 꾀하고 있기 때문에 포스터의 연결성은 충분히 생성되는 것을 볼 수 있다.

‘레이아웃통일형’ 디자인 유형에 해당하는 대표적 포스터 시리즈는 칼 나브로의 LIG 아트홀[그림 11], 제임스 고킨의 블랙시네마하우스(Black Cinema House)[그림 12], 단 솔바흐의 쿤스트할레 취리히[그림 13], 아베 히로후미(Abe Hirofumi)의 프린트 갤러리 도쿄(Print Gallery Tokyo)[그림 14], 노드의 하우스 데 쿨투어엔 데 벨트(Haus

der Kulturen der Welt) 포스터 시리즈[그림 15], 한스 흐레먼의 제이우스 뮤지엄(Zeeuws Museum)[그림 16], 루도빅 발랑(Ludovic Balland)의 테아터 바젤(Theater Basel)[그림 17]이 해당된다.

### 3.2.2. ‘체계형’ 포스터 시리즈 디자인 유형

‘체계형’ 포스터 시리즈 디자인은 서체와 텍스트와 이미지 배치 그리고 전체적 색상 톤의 통일로 인해 통일성이 높은 체계적 디자인 접근어 보이는 포스터 시리즈 디자인 유형이다. ‘레이아웃 통일형’ 포스터 시리즈 유형과 마찬가지로 포스터 디자인을 전시마다 따로 진행하기보다는 공간 아이덴티티 디자인의 일환으로 포스터를 포함한 모든 종류의 인쇄물 디자인을 계획적으로 진행한다. 디자인의 체계가 가장 대표적으로 드러나는 시각요소는 보통 레이아웃이다. 텍스트와 이미지의 배치로 인한 레이아웃의 통일성이 각 포스터에 반영되어 디자인이 진행되기 때문에 시간이 지나며 여러 포스터가 통일된 디자인으로 진행되었을 경우 포스터의 이미지가 대중에게 축적되어 전달된다.

앞서 언급한 니클라스 루만의 사회적 체계에 따른 관람객은 관찰자로서 의미 모색을 추구하는 과정에서 디자이너와의 커뮤니케이션이 창출된다. 커뮤니케이션은 양방향으로 순환하며 다시 디자이너에게 영향을 끼치게 되고 그로 인해 포스터는 변화한다. 그것이 연쇄적으로 작동하기에 용이한 환경은 포스터가 시리즈로 제작되는 환경이다. 왜냐하면 관찰자의 의미 모색을 돕는 도구로서 포스터 디자인의 체계가 작동하기 때문이다. 개별 포스터를 길거리에서 접하는 관찰자는 포스터로부터 정보의 전달을



[그림 18] 클라우디아 바젤의 S:AM 포스터 시리즈(2006-현재)



[그림 19] 슬카와 반의 아시아문화전당 예술극장 포스터 시리즈(2015)



[그림 20] 슬기와 민의 아시아문화전당 예술극장 프로그램 포스터 시리즈(2014)



[그림 21] 클라우디아 바젤의 카제르네 포스터 시리즈(2018-현재)



[그림 22] 코넬 빈들린의 샤푸슈피엘하우스 취리히 포스터 시리즈(2009-2011)

넘어 언어로 표현할 수 없는 영역에서 의미 모색을 추구하려 한다. 이때 디자인 요소가 체계적으로 작동한다면 관찰자에게 전달되는 뮤지엄의 정체성은 지속적으로 작동된다. 시간이 지나 동일한 뮤지엄에서 이뤄지는 다른 개별 포스터를 길거리에서 접한다고 하더라도 과거의 경험으로 내재된 뮤지엄의 정체성이 재작동한다.<sup>16)</sup>

이때 레이아웃의 통일성은 디자이너에게 하나의 제약 사항으로 작동하게 되는데 이러한 제약 사항을 매번 새로운 전시에 시각화함으로써 제약을 이용한 유연한 디자인으로 발전한다. 따라서 ‘체계형’ 포스터 시리즈의 포스터는 다른 포스터 디자인 유형에 비하여 다양성이 다소 낮다고 생각할 수 있지만 오히려 제약에 의한 다양성을 내용에 따라 변화시키며 각 포스터의 다양성을 추구하는 형태로 발전한다.

스위스 바젤을 기반으로 활동하는 클라우디아 바젤의 스위스 아키텍처 뮤지엄 전시 포스터 시리즈 경우 포스터의 레이아웃으로 전시 공간을 대변하고 있다. 건축의 작업적 특성이 건물을 지(땅:地)면에서 수직으로 쌓아 올리는 특성이기 때문에 정보의 구조를 중요한 위계부터 지(종이:紙)면의 밑부분부터 쌓아 올리는 형식으로 디자인된다.<sup>17)</sup> 지면의 밑부분에 위계상 가장 높은 위치의 위계에 해당하는 공간 이름 SAM이 가장 큰 글씨로 지면으로부터 지탱하며 다른 정보를 받치고 있다. 그 위에 전시 제목과 부제가 차례로 쌓여있으며 지면의 가장 윗부분에 오프닝 시간과 같은 부가적 정보들이 위치한다. 이 레이아웃의 구조는 매 전시마다 달라지는 내용의 포스터라 하더라도 정보가 위치하는 위치는 거의 일정하다. 쌓아 올려진 정보 텍스트의 구조화 된 타이포그래피로 인해 실제 공간은 텍스트와 함께 평면화되어 레이아웃으로 표현되고 매 전시의 주제에

따른 흑백 사진이 배경으로 깔려있으며 글자의 생생한 색상으로 각 전시에 다양성을 표현한다.<sup>18)</sup> [그림 18]

이와 같이 ‘체계형’ 포스터 시리즈 디자인에 해당하는 포스터 시리즈는 슬기와 민의 ACC 아시아문화전당 예술극장 [그림 19, 20], 클라우디아 바젤의 카제르네 바젤 [그림 21], 코넬 빈들린(Cornel Windlin)의 샤우스피엘하우스 취리히 [그림 22]의 포스터 시리즈로 분류할 수 있다.

### 3.3. 포스터 시리즈를 통한 뮤지엄 정체성 구축

앞서 분석한 전시 포스터 시리즈의 네 가지 유형별 분석을 통해 뮤지엄의 정체성 구축하는 방법을 알아보았다. 각 유형별 관람객에게 접근하는 방법은 다르지만 디자이너와의 꾸준한 협업으로 인해 장기간 포스터 시리즈를 제작한다면 뮤지엄은 관람객에게 정체성을 통한 경험을 선사하는 것이라 볼 수 있다. 이는 곧 뮤지엄의 단단한 정체성 구축과 관련 깊다.

유형별 정체성 구축을 살펴보면 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 시리즈의 경우는 포스터의 다양성을 극대화하는 방법일 수 있다. 다양한 포스터의 디자인 속에서 통일된 요소 하나만으로도 관람객과의 커뮤니케이션이 가능하긴 하다. 다만 커뮤니케이션의 재작동보다는 지속적 새로운 커뮤니케이션 방법을 탐색해야 한다. 새로운 디자인 속 로고나 서체의 통일을 통해 관람객의 경험으로 다가가는 것이 방법이다. ‘공간 체계 시각화’ 포스터 시리즈는 레이아웃과 통일된 디자인 요소로 관람객과의 커뮤니케이션이 용이하다. 관람객의 경험에 축적된 뮤지엄의 정체성은 새로운 포스터를 접하자마자 재작동되며 용이하게 전시 내용을 수용한다. 뮤지엄은

설정된 디자인 체계를 얼마큼 각 포스터의 극대화를 이룰 것인지에 따라 관람객에게 새로운 자극으로 다가가며 지속적 커뮤니케이션의 재작동이 이뤄질 수 있다고 분석할 수 있다.

따라서 유형별로 어떤 특성에 맞춰 포스터 시리즈를 만들어 나갈 것인지는 단순 디자이너의 역할보다는 디자이너와 협업을 이루는 과정과 환경을 제공하는 뮤지엄 측에서 함께 고민해 봐야 할 일이다.

#### 4. 결론

전시 포스터 시리즈의 의미를 알아보고 그것이 뮤지엄 아이덴티티와 어떻게 연결되는지 알아보았다. 더불어 20세기 중반부터 2020년대에 이르기까지 유럽과 아시아 그리고 북미의 전시 공간의 포스터 시리즈 중 2000년 이후 그래픽 디자이너 주도 하의 포스터 시리즈 디자인을 중심으로 분류를 진행했다. 게다가 전시 포스터 시리즈 디자인이 갖는 의미를 전시 포스터의 의미와 시리즈 디자인의 의미로 전달하고자 했다.

연구 결과를 정리하면 전시 포스터 시리즈는 일정한 뮤지엄에서 일정 기간 동안 동일한 디자이너에 의해 만들어지는 연속적 포스터이며 이것은 뮤지엄 아이덴티티로서 작동한다. 그리고 다음과 같이 크게 ‘전시 내용 시각화’와 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 시리즈 디자인으로 분류할 수 있고 ‘전시 내용 시각화’ 포스터 디자인에 해당하는 ‘자율형’, ‘서체 통일형’ 포스터 시리즈 디자인 그리고 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 디자인에 해당하는 ‘레이아웃통일형’, ‘체계형’ 포스터 시리즈 디자인, 즉 4가지 유형으로 세분화하여 분류를 진행했다.

이 연구는 세계 각지의 전시 포스터를 포스터 시리즈 디자인의 관점에서 시각표현연속성의 유형을 분석함으로써 포스터 디자인 과정에 유용한 자료를 제공하고 전시 포스터 시리즈의 특징과 정체성을 살펴볼 수 있는 학문적 기초자료를 제시했다는 점에서 연구의 의의가 있다. 이 연구를 통해 시리즈를 바탕으로 한 포스터의 조형적 표현을 연구하고 대중들에게 포스터에 대한 시각적 인식을 어떻게 전달하고 반영할 것인지를 이해하는 데 기여했으면 하는 바이다.

#### 4.1. 연구의 한계와 후속 연구 제안

연구로서 한계점을 시사하자면 전시 포스터 시리즈의 두 유형과 네 가지 분류의 균형감 있는 분석을 이끌어내지 못했다. 다소 ‘공간 체계 시각화’ 포스터 시리즈를 중점적으로 분석을 진행했기에 분석의 한계점을 인식했다, 후속 연구를 통해 이를 재검토하고 분석 균형을 보완할 것이다. ㉞

- 16) 니콜라스 루만. (2014). 『예술체계이론』, 한길사, p.23
- 17) Michael Renner, 'A Poster for the Swiss Architecture Museum', <http://www.neshanmagazine.com/Article.aspx?l=2&Id=186>, (2023.5.28.)
- 18) 클라우디아 바젤, (2023.2.8.), 인터뷰 (대면)



참고문헌

- 유지원, (2021), 「기획자와 그래픽디자이너, 갈 때까지 가는 사이」, 『시간, 장소, 전시 포스터: 서울의 경우』, wrm(whatreallymatter)
- 박수진, (2014), 「박물관 아이덴티티를 위한 타이포그래피 상관 요소의 활용 연구」, 기초조형학연구, 통권 65호
- 한석원, (2022), 「전시 포스터의 시각표현유형에 관한 연구 -2015-2021년 국립중앙박물관 포스터를 중심으로-」, 커뮤니케이션디자인학연구 제79호
- 문정형, (2017), 「슬기와 민의 단명 자료 분석
- 「이것은 포스터가 아니다」, 『2017 SeMA 하나 평론상』, 서울시립미술관
- 오스틴 해링턴, (2014), 『예술과 사회 이론: 사회학적 미학의 길잡이』, 이학사
- Stedelijk Museum, <https://www.stedelijk.nl/en/exhibitions/wim-crouwel>, (2023.5.26.)
- Design Museum, (2011), Wim Crouwel: a graphic odyssey catalogue, Unit Edition
- Stedelijk Museum, <https://www.stedelijk.nl/en/exhibitions/sandberg-director-and-designer>, (2023.5.26.)
- 크리스토퍼 윌슨, (2021), 『리처드 홀리스, 화이트채플을 디자인하다』, 작업실유령
- 최성일, 정재완, (2011), 『전집 디자인』, 북노마드
- 한스 호레먼, (2010), 「제이우스 뮤지엄」, 『그래픽 매거진 13호 비주얼 아이덴티티 이슈』, 프로파간다 출판사

- 니콜라스 루만, (2014), 『예술체계이론』, 한길사
- Thonik, 10 years boimans and thonik, <https://www.thonik.nl/stories/10-years-boijmans-and-thonik>, (2023.5.26.)
- Michael Renner, 「A Poster for the Swiss Architecture Museum」, <http://www.neshanmagazine.com/Article.aspx?l=2&Id=186>, (2023.5.28.)

대면, 서면 면접

- 클라우디아 바젤, (2023.2.8.), 인터뷰 (대면)
- 진달래&박우혁, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)
- 슬기와 민, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)
- 펠릭스 패플리, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)
- 칼 나브로, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)
- 제임스 고긴, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)
- 단 슬바흐, (2023.2.7.), 인터뷰 (서면)

실물 포스터 자료 상세 정보

- Claudiabasel, 「Pancho Guedes」, S AM, 2007
- Claudiabasel, 「Archscapes」, S AM, 2008
- Claudiabasel, 「Landschaft und Kustbauten」, S AM, 2011
- Claudiabasel, 「The Object of Zionism」, S AM, 2011
- Claudiabasel, 「Der Bau der Gemeinschaft」, S AM, 2012

- Claudiabasel, 「Luginsland」, S AM, 2013
  - Claudiabasel, 「Klangbau」, S AM, 2015
  - Claudiabasel, 「Inland Ausland」, S AM, 2017
  - Claudiabasel, 「Access fot All」, S AM, 2021
  - Claudiabasel, 「Napoli Super Modern」, S AM, 2022
  - Claudiabasel, 「Kaserne, Globale 1」, Kaserne Basel, 2018
  - Claudiabasel, 「Kaserne, Globale 2」, Kaserne Basel, 2018
  - Claudiabasel, 「Kaserne, telling stories 1」, Kaserne Basel, 2019
  - Claudiabasel, 「Kaserne, telling stories 2」, Kaserne Basel, 2019
  - Claudiabasel, 「Kaserne, telling stories 7」, Kaserne Basel, 2019
  - Claudiabasel, 「Kaserne, in between 1」, Kaserne Basel, 2020
  - Claudiabasel, 「Kaserne, in between 3」, Kaserne Basel, 2020
  - Claudiabasel, 「Kaserne, in between 5」, Kaserne Basel, 2020
  - Dan Solbach, 「Speak, Lokal」, Kunsthalle Zürich, 2017
  - Dan Solbach, 「Demo」, Kunsthalle Zürich, 2017
  - Dan Solbach, 「Scalable Skeletal Escalator」, Kunsthalle Zürich, 2020
  - Dan Solbach, 「Minuet of Manners」, Kunsthalle Zürich, 2021
  - 진달래&박우혁, 「drawing 13, Green Underground」, 테이크아웃드로잉, 2009
  - 진달래&박우혁, 「drawing 14, 평평을 위한 돌」, 테이크아웃드로잉, 2009
  - 진달래&박우혁, 「drawing 17, 어떤 정복」, 테이크아웃드로잉, 2010
  - 진달래&박우혁, 「drawing 19, 집」, 테이크아웃드로잉, 2010
  - 진달래&박우혁, 「drawing 20, 박우혁의드로잉」, 테이크아웃드로잉, 2010
  - 진달래&박우혁, 「drawing 22, 콘크리트 아일랜드」, 테이크아웃드로잉, 2010
  - 진달래&박우혁, 「drawing 29, 세상을 바꾸는 드로잉」, 테이크아웃드로잉, 2012
- 서면 면접을 통해 전달 받은 포스터  
디지털 이미지
- 진달래&박우혁, 「drawing vol.1-vol.34」, 테이크아웃드로잉, 2006-2011
  - 펠릭스 패플리(Felix Pfäffli), 「Südpol 1-100」, Südpol, 2010-2015
  - 아베 히로후미(Abe Hirofumi), 「Print Gallery Tokyo」, Print Gallery Tokyo, 2012-present
  - 제임스 고긴(James Goggin), 「Image Building Object 1-6」, Black Cinema House, 2013
  - 칼 나브로(Karl Nawrot), 「LIG Art Hall 1-15」, LIG Art Hall, 2014
  - 슬기와 민, 「ACC 아시아문화전당 예술극장 커뮤니티 퍼포머티비티」, ACC 아시아문화전당, 2014
  - 슬기와 민, 「ACC 아시아문화전당 예술극장 오프닝 페스티벌」, ACC 아시아문화전당, 2015
  - 슬기와 민, 「ACC 아시아문화전당 예술극장 시즌 프로그램 3월-10월」, ACC 아시아문화전당, 2016

— 안마노, 「17717」, 17717, 2016-2020

디지털 이미지 포스터 자료 출처  
웹사이트(뮤지엄 아카이브)

- eMuseum(취리히 디자인 뮤지엄) -  
<https://www.emuseum.ch/>
- MoMA(뉴욕현대미술관) 온라인  
아카이브 - [https://www.moma.org/  
research/archives/](https://www.moma.org/research/archives/)
- Stedelijk Museum(슈테델라이크  
뮤지엄) Online Collection -  
[https://www.stedelijk.nl/en/dig-  
deeper/collection-online](https://www.stedelijk.nl/en/deeper/collection-online)

디지털 이미지 포스터 자료 출처  
웹사이트(디자이너 웹사이트)

- 신신 <http://www.shin-shin.kr/>
- 라우렌츠 브룬너(Laurenz Brunner)  
[https://www.instagram.com/  
laurenzbrunner/](https://www.instagram.com/laurenzbrunner/)
- 토닉(Thonik) [https://  
www.thonik.nl/work/boijmans-  
van-beuningen/](https://www.thonik.nl/work/boijmans-van-beuningen/)
- 노드(Node) [https://  
node.international/archive/  
haus-der-kulturen-der-welt](https://node.international/archive/haus-der-kulturen-der-welt)
- 한스 그렘멘(Hans Gremmen) [http://  
www.hansgremmen.nl/demo-  
item/search/commissioners/  
Zeeuws%20Museum](http://www.hansgremmen.nl/demo-item/search/commissioners/Zeeuws%20Museum)
- 루도빅 발랑(Ludovic Balland)  
[http://www.ludovic-  
balland.com/en/poster/63/  
ptheater-basel-p.html](http://www.ludovic-balland.com/en/poster/63/ptheater-basel-p.html)

그림 차례

- [그림 1] 빔 크라우엘 디자인의  
슈테델라이크 뮤지엄 포스터와 카탈로그  
표지 및 다양한 인쇄물(1963년-1985년)
- [그림 2] 빌렘 산드베르흐의 슈테델라이크  
뮤지엄 포스터 시리즈(1945년-1963년)
- [그림 3] 리처드 홀리스의 화이트채플  
아트 갤러리 포스터 시리즈(1969년-  
1973년)
- [그림 4] 포스터 시리즈의 체계가  
만들어지는 과정
- [그림 5] 전달래&박우혁의  
테이크아웃드로잉 포스터 시리즈(2006-  
2011)
- [그림 6] 펠릭스 패플리의 쥐드폴 포스터  
시리즈(2010-2015)
- [그림 7] 신신의 취미관 포스터  
시리즈(2017-2021)
- [그림 8] 안마노의 17717 포스터  
시리즈(2016-2020)
- [그림 9] 라우렌츠 브룬너의  
샤우슈피엘하우스 취리히 포스터  
시리즈(2019-2023)
- [그림 10] 토닉의 보인만스 반 비닝겐  
뮤지엄 포스터 시리즈(2006-2016(추정))
- [그림 11] 칼 나브로의 LIG 아트홀  
포스터 시리즈(2014)
- [그림 12] 제임스 고진의 블랙 시네마  
하우스 포스터 시리즈(2013)
- [그림 13] 단 솔바흐의 쿤스트할레 취리히  
포스터 시리즈(2014-현재)
- [그림 14] 아베 히로후미의  
프린트갤러리도쿄 포스터 시리즈(2012-  
현재)
- [그림 15] 노드의 HKW 포스터  
시리즈(2015-현재(추정))
- [그림 16] 한스 그렘멘의 제이우스 뮤지엄

- 포스터 시리즈(2007-2014)
- [그림 17] 루도빅 발랑의 테아터바젤  
포스터 시리즈(2012-2013)
- [그림 18] 클라우디아 바젤의 S AM  
포스터 시리즈(2006-현재)
- [그림 19] 슬기와 민의 아시아문화전당  
예술극장 포스터 시리즈(2015)
- [그림 20] 슬기와 민의 아시아문화전당  
예술극장 프로그램 포스터 시리즈(2014)
- [그림 21] 클라우디아 바젤의 카제르네  
포스터 시리즈(2018-현재)
- [그림 22] 코넬 빈들린의  
샤우슈퍼엘하우스 쿼러하 포스터  
시리즈(2009-2011)

#### 표 차례

- [표 1] 시대 별 국내의 예술기관 및  
문화공간  
포스터 시리즈 디자인 조사 목록
- [표 2] 디자인 접근 방법에 따른 포스터  
시리즈 디자인 분류