

# 국내 영화포스터의 로고타입에 나타난 캘리그래피의 유행성

## The Fashion Trend of Calligraphy in Domestic Movie Poster

서현석 , 고운예

동명정보대학교 컴퓨터그래픽학과

박충경

창원대학 멀티미디어학과

Hyun-Seok Seo, Yun-Ye Ko

Dept. of CG, Tongmyong University of IT.

Chung-Kyoung Park

Dept. of multimedia, Changwon College

• Key words: Calligraphy, Typography, Poster Design

### 1. 서론

현재의 영화포스터 로고타입은 영화를 대중에게 알리는 고지(告知)의 기능을 넘어서 시각적 커뮤니케이션을 통해 영화에 대한 관심을 높이거나 흥미를 유발시켜 소비자(관객, 대중)의 구매행동(관람)을 유도하는 역할을 한다고 볼 수 있다. 과거의 영화포스터 로고타입에서는 서체의 정립이 되어 있지 않은 형태로서 합리성이나 조형성이 고려되지 않은 캘리그래피를 주로 사용해 왔었다. 그러나 1980년대 후반부터는 컴퓨터의 보급으로 모더니즘 스타일의 타이포그래피가 주로 사용되어 오다가 최근에 이르러서는 캘리그래피가 유행처럼 활용되고 있다. 본 연구는 먼저 캘리그래피의 개념 및 조형적 특징을 고찰하고, 다음으로 국내 영화 포스터 로고타입에 사용되어진 캘리그래피의 사례들을 분석하여 캘리그래피의 역할 및 특성에 따른 효과적인 활용방안을 제시하였다. 마지막으로 설문조사를 통해 국내 영화포스터 로고타입에서의 캘리그래피의 유행성과 사용효과에 대해 중점적으로 논의하고 향후발전 방향을 모색하였다.

### 2. 캘리그래피의 일반적 고찰

#### 2-1. 캘리그래피의 개요

캘리그래피(Calligraphy)의 어원적 의미는 kallos( beauty)+graphy이다. 캘리그래피는 [Calligraphy(英), Calligraphie(佛), Kalligraphie(獨)] '아름답게 쓰다'라는 뜻으로 즉 아름다운 필적, 서법, 능서를 의미한다. 캘리그래피는 영화포스터, 거리의 간판, 패키지, 서적, 광고 등 우리의 시각문화 전반에 표현되고 있으며, 글자체 자체만으로도 충분한 미학적 표현이 가능하지만 글자체에 문화적 메시지를 대비하거나 대치시킴으로서 상징적 의미로 표현될 수 있다.

#### 2-2. 영화포스터에서의 캘리그래피 특성

가. 주목성 : 영화포스터 로고타입의 기존 타이포그래피는 레이아웃에 있어서 운용과 이미지에 대한 큰 변화를 가지지 못했다. 그러나 캘리그래피적 표현은 기존 타이포그래피의 표현이 주는 딱딱함과 인위적인 느낌과 대비하여 인간의 자연스러운 근본정서에 호응하는 표현효과를 함께 가지는 주목성을 조형적 특성으로 찾아볼 수 있다.

나. 상징성 : 영화포스터 로고타입에서 캘리그래피적 표현을 부분적으로 삽입하는 경우와 전체를 캘리그래피로 이용하는 경우가 있다. 캘리그래피적 표현은 영화에 대한 이미지나 기억을 하는데 있어서 큰 영향을 미치며 다른 영화와의 차별을 둔 독창적 표현으로 시선을 끌 수 있으며 상징성을 가진다.

다. 즉흥성 : 표현에 있어서 캘리그래피는 도구와 표현방법에 따라 차이는 있으나 대개 즉흥성을 띠며 매우 다양한 실험적 표현방법으로 표현된다. 캘리그래피는 표현하고 전달하려는 메시지를 내포하여 일회적인 즉흥성으로 주로 만들어진다.

라. 조형성 : 캘리그래피의 조형적 심미성은 캘리그래피스트의 성향과 전하려는 메시지에 따라 다르게 나타난다. 시각적 형태가 특징적이고 글의 의미를 보다 명확하게 표현할 수 있으며 차별화를 시킬 수 있는 캘리그래피적 표현을 도입하여 조형성을 더 높일 수 있다.

### 3. 국내 영화포스터의 로고타입과 캘리그래피

영화진흥위원회의 자료에 의하면 2000년 이후 한국영화 개봉 편수가 꾸준히 증가하고 있으며, 이에 개봉작 대비 캘리그래피 로고타입이 적용된 영화포스터의 편수도 20%이상 증가되었다.(표 1) 이러한 수치를 볼 때 현재 국내 영화 포스터의 로고타입에 있어서 캘리그래피의 사용은 2000년 이후 하나의 유행적인 추세로 이어져 오고 있다고 볼 수 있으며 그 범위로 계속적으로 확대되고 있음을 알 수 있다.

표1 캘리그래피 로고타입이 적용된 국내 영화포스터 (출처: 영화진흥위원회)

년도	개봉영화 편수	캘리그래피 로고타입이 적용된 국내영화 포스터	개봉작 대비 비율
2000년	54편	17편	31.5%
2001년	52편	18편	34.6%
2002년	77편	28편	36.4%
2003년*	20편	11편	55.0%

(\*2003년은 5월1일 현재까지의 개봉작)

### 4. 영화포스터의 캘리그래피에 대한 수용자 반응조사

#### 4-1. 조사 목적 및 방법

본 설문조사는 국내 영화포스터 로고타입에 나타난 캘리그래피에 대한 수용자들의 수용태도를 조사한 것으로서, 캘리그래피로 표현된 영화포스터 로고타입에 대한 인식과 반응을 객관적으로 살펴보고 영화포스터 로고타입 디자인에서 캘리그래피 표현의 유행성 연구에 필요한 근거 자료를 마련하는데 그 목적을 두고 실시한 조사이다.

- 조사기간 : 2003년 3월 15일~ 4월 15일
- 조사지역 : 부산 및 경남 일부 지역
- 조사대상자 : 총 219명 중 남성이 96명, 여성이 123명이였다. 연령별로는 30대가 105명으로 가장 많았고, 그 다음인

20대가 84명이었으며, 직업별로는 회사원이 75명, 대학생(대학원생)이 63명이었다.

- 조사방법 : 인터넷 온라인 설문조사와 직접 설문조사를 병행하여 실시하였다.

#### 4.2. 조사 결과

조사 결과에 의하면 “영화포스터의 내용 중 가장 관심을 갖고 보는 부분은 무엇입니까?”라는 질문에 78명이 전경이미지를, 69명이 로고타입을, 나머지는 배경이미지와 카피를 선택하였다. “로고타입이 영화의 전체 이미지에 영향을 끼친다고 생각하십니까?”라는 질문에는 204명이 “그렇다”라고 응답하였다. “영화포스터의 이미지를 형성시키는 가장 큰 요소는 무엇이라고 생각하십니까?”라는 질문에는 다음과 같이 응답하였다.(그림 1)

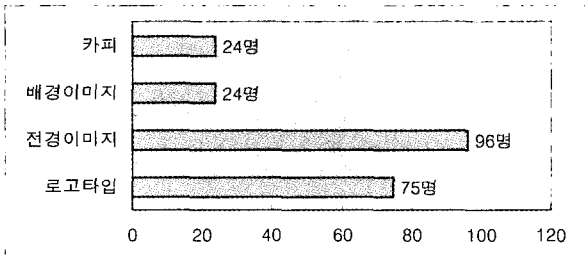


그림 1 영화포스터 이미지 형성에 영향을 주는 요소

“영화포스터의 로고타입에서 가장 중요하다고 생각하는 것의 순서대로 번호를 기입하라”는 질문에는 다음과 같은 결과를 나타내었다.(그림 2)

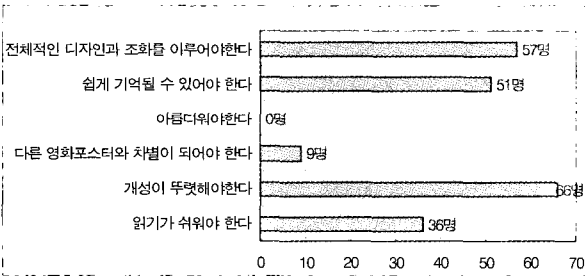


그림 2 영화포스터 로고타입에서의 중요도

“캘리그래피가 사용된 로고타입이 영화의 느낌을 잘 전달한다고 생각하십니까?”라는 질문에는 다음과 같이 응답하였다.(표 2)

표 2 캘리그래피 영화포스터의 영화이미지 전달력 분석

구분	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	매우 그렇지않다
죽거나 혹은 나쁘거나	47.9%	28.8%	17.8%	5.5%	0%
순애보	4.1%	20.5%	54.8%	17.8%	2.7%
시월애	9.6%	47.9%	37.0%	5.5%	0%
하루	27.4%	46.6%	17.8%	6.8%	1.4%
선물	26.0%	42.5%	20.5%	11.0%	0%
파이란	49.3%	20.5%	20.5%	8.2%	1.4%
밀애	32.9%	26.0%	34.2%	6.8%	0%
중독	50.7%	31.5%	13.7%	4.1%	0%
죽어도 좋아	39.7%	21.9%	27.4%	9.6%	1.4%
클래식	39.7%	28.8%	27.4%	4.1%	0%
동감내기 과외하기	28.8%	43.8%	21.9%	5.5%	0%
선생 김봉두	30.1%	54.8%	6.8%	8.2%	0%

“캘리그래피가 사용된 포스터와 사용되지 않은 포스터 중에서 어떤 것이 영화의 전체적인 이미지 형성에 도움이 된다고 생

각하십니까?”라는 질문에 응답자의 91.8%가 캘리그래피가 사용된 포스터, 8.2%가 사용되지 않은 포스터라고 응답했다. 또한 91.8%의 응답자들에게 “캘리그래피가 사용된 영화포스터를 선택한 이유는 무엇입니까?”라고 설문한 결과 다음과 같은 응답 결과가 나왔다. (그림 3)

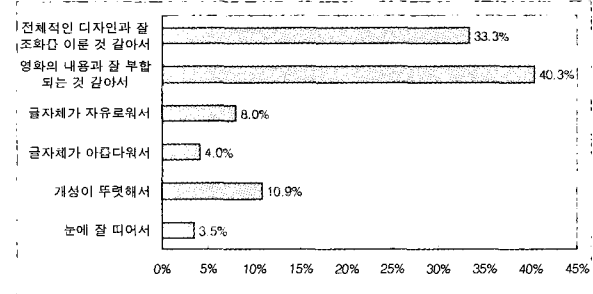


그림 3 캘리그래피가 사용된 영화포스터를 선호하는 이유

#### 4.3. 결과분석

영화포스터에 나타난 캘리그래피에 대한 수용자 반응조사 결과 다음과 같은 분석 결과를 도출해 낼 수 있었다.

첫째, 국내 영화포스터에서는 전경이미지와 함께 로고타입이 포스터 이미지를 형성시키는 가장 큰 요소로 작용한다는 것을 알 수 있다.(그림 1) 또한, 개성이 뚜렷하고, 전체적인 포스터 디자인과 조화를 이루며, 쉽게 기억 될 수 있는 캘리그래피만이 수용자들에게 가까이 다가갈 수 있음을 알 수 있다.(그림 2)

둘째, 영화포스터의 로고타입에 나타난 캘리그래피가 영화의 느낌을 잘 전달하고 있다는 응답 결과(표 2)를 통해 캘리그래피 로고타입이 미학적인 차원 뿐 만 아니라 영화의 느낌을 전달하는 상징적 역할까지 한다고 할 수 있다.

셋째, 일반적인 로고타입이 적용된 영화포스터와 캘리그래피가 적용된 영화포스터를 비교 한 결과, 캘리그래피가 적용된 포스터를 더 선호하고 있으며(91.8%), 그 주된 이유는 캘리그래피가 전체적인 디자인과 잘 조화를 이루며, 영화의 내용에 잘 부합되기 때문으로 분석되었다.

#### 5. 결론

본 연구는 캘리그래피에 대한 이론적 고찰과 설문조사를 통해 국내영화포스터 로고타입에서 캘리그래피의 유행성과 사용효과에 대해 검증하였다. 궁극적으로 캘리그래피는 대중의 이해 확대와 타이포그래피의 시각적 잠재력 발휘를 위해 여러 가지의 실험으로 행하여지는 창의적 도전이다. 나아가 디자인의 전반적 발전에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대한다.

#### 참고문헌

- 강신혁, 국내 영화 타이틀 로고타입의 캘리그래피에 관한 연구, 경희대학교 석사논문, 2002