

모션타이포그래피 커뮤니케이션 활용성에 관한 연구 -한국영화사이트를 중심으로

A Study on Communication Design for Motion Typography

손민정

연세대학교 생활디자인학과

Son, min-jeong

Dept. of Human environment & Design, YSU

이현주

연세대학교 생활디자인학과

Lee, hyun-ju

Dept. of Human environment & Design, YSU

• Keyword : Motion Typography, Communication Design

1. 서 론

1-1. 연구의 배경

타이포그래피는 효과적인 시각커뮤니케이션을 위해 문자를 시각적으로 상징화 시킨 기호 체계이며 가장 중요한 표현 수단이다. 디지털의 발달은 정적요소로 여겨졌던 문자를 동적인 공간에서의 표현으로 확대시켰으며 정보전달과 함께 적극적인 시각표현의 주제로 그 표현영역을 넓혀 모션타이포그래피를 발전시켰다.

모션타이포그래피는 언어의 시각화에 그래픽적인 움직임의 효과로 디지털 미디어 시대에 더욱 빠르고 효과적인 정보의 전달을 가능하게 했다. 현재 다양한 플랫폼에서의 모션 타이포그래피의 쓰임은 활발하나 아직 이에 대한 객관적인 기준이 제시되어 있지 않은 상태에서의 무분별한 움직임은 User에게 올바른 커뮤니케이션을 전달하지 못한 채 시각적인 혼란만을 야기하고 있다.

1-2. 연구의 목적 및 필요성

본 연구에서는 변화한 환경에서의 효과적인 시각커뮤니케이션을 위한 수단으로 모션타이포그래피의 활용성에 대해 연구하였다. 이에 분석의 틀로는 현재 모션타이포그래피의 표현이 가장 활발한 한국영화사이트의 서체, 표현요소, 움직임 등을 분석하여 서체의 활용도, 표현요소의 특징, 움직임의 특성 등을 분석하여 모션타이포그래피 디자인의 흐름을 파악할 수 있었으며 후에 분석된 자료를 바탕으로 심층면접을 통해 User들이 느끼는 시각적 주목성과 감성을 추출하여 보다 더 빠르고 효율적인 시각커뮤니케이션을 위한 모션타이포그래피의 기준을 제시하고자 한다.

이번 연구는 모션타이포그래피의 분석을 통해 디지털 시대의 시각커뮤니케이션에 있어서 보다 더 적극적인 표현을 유도하여 모션타이포그래피의 활용도를 증가시킨다면 우리의 시각세계를 보다 더 발전 시켜 줄 것이며, 영화사이트, 뮤직비디오, 배너광고, e-mail등의 여러 분야에서 멀티미디어적 시각커뮤니케이션 요소로 활발히 활용될 수 있을 것이다.

2. 한국영화사이트의 모션타이포그래피 표현분석

2-1. 조사의 방법 및 범위

최근의 웹 사이트는 시각적인 주목성을 끌기 위해 모션 타

이포그래피가 활발히 표현되고 있으며 플래시의 발전은 웹에서의 모션 타이포그래피의 발전에 상당한 영향력을 끼쳤지만 속도상의 문제로 아직 모션타이포그래피의 구현에 한계가 있는 실정이다.

정보 및 커뮤니티, 쇼핑, 게임, 아이덴티티 등의 사이트에서는 이미지 영역과 배너(banner)의 좁은 영역에서 모션타이포그래피의 표현이 주류를 이루고 있는데 반해 디자인과 아트 사이트 중 한국영화사이트에서는 영화의 내용과 정보 등의 영화전체에서 줄 수 있는 감성적인 부분을 표현하고 전달하기 위해 다른 어느 사이트보다 모션타이포그래피의 활용도가 가장 적극적으로 표현되었다.

따라서 본 연구에서는 정보, 게임, 쇼핑 사이트 등을 제외하고 영화 홍보를 목적으로 2003년 12월~2004년 10월까지 제작된 한국영화사이트 중 25개의 사이트를 표본으로 추출하여 intro에서 main page까지를 중심으로 서체의 활용도, 표현요소별 특성, 움직임의 모션타이포그래피를 분석하였다.

2-2. 서체활용도

서체를 선택하고 사용하는데 있어서 서체의 특이함, 유행, 선호도등에 치우치지 말고 서체에 대한 정확한 분석과 판단에 따라 서체에 대한 스타일을 확실히 이해하고 적절하게 선택하는 것은 커뮤니케이션의 효과적인 측면에 있어서 가장 중요한 요소이다. 특히, 영화의 전반적인 내용과 분위기의 전달을 목적으로 제작된 영화사이트에서는 서체가 가지고 있는 고유한 특성을 고려한 서체의 선택이 다른 어느 사이트에서보다 중요한 요소이다.

표본으로 추출한 25개의 한국영화사이트의 서체의 활용도를 분석한 결과 캘리그래피(9/25), 산세리프체(10/25), 세리프체(4/25) 디자인된 변형서체(2/25) 로 분류할 수 있었다. 세리프체, 산세리프체는 명조, 고딕이 대표서체로 이미 한글 글꼴 중 가장 균형감이 있고 가독성이 뛰어난 활자로 인식되어 오랫동안 많은 디자이너들이 사용하고 선호하는 서체이며 캘리그래피의 사용은 한국영화타이틀의 하나의 추세로 지나치다 싶을 정도로 사용이 범람하고 있었다.

세리프체는 산세리프체에 비해 부드럽고 편안한 이미지의 서체로 드라마, 멜로 장르에서의 쓰임이 두드러지는 특징이 있

었으며 캘리그래피는 액션장르, 감성을 자극하는 드라마 장르에서 표현되었다.

분석한 서체의 활용도를 보면 영화에 적합한 서체, 장르와 내용의 전달과 호소력을 지닌 서체의 선택이라기보다는 일반적인 서체, 유행서체로 서체선택에 경직성이 나타났다.

웹이라는 특정한 환경은 다양한 서체의 활용을 지원하기는 적합한 환경은 아니지만 세 가지 서체만이 유일하게 사용되어 졌다는 것은 서체 활용도 측면에서는 다양하지 못한 실정이었다. 이는 서체를 선택함에 있어 다른 서체에 대한 고려가 없는 상태에서 습관적, 유행, 선호도로 서체를 사용하는 것은 아닌지 생각해 볼 필요성이 있으며 디자이너들은 서체의 올바른 인식과 정보를 통해 서체의 적극적인 활용을 위한 다양한 표현을 시도해야 한다.

2-3. 표현요소

2-3-1. 컬러

컬러는 영화의 분위기를 나타내어 심리적 효과를 표현하기에 적합하며 영화의 성격에 맞는 컬러의 사용은 내용전달을 확실히 하는데 도움을 주며 주목성을 높여주는 효과가 있다.

하지만 한국영화사이트의 분석결과 타이틀 서체 칼라는 black(10/25), White(9/25), brown, yellow, red, pink로 black, White가 대부분 이었다. 이는 대부분 이미지 위에 서체가 쓰이기 때문에 다양한 컬러의 적용은 가독성을 떨어뜨리는 이유 때문에 컬러 사용에 제약은 있겠지만 영화의 분위기와 내용에 맞는 컬러의 사용이 필요하다.

2-3-2. 이미지

이미지는 문자보다 쉽게 회상하고 user에서 주위와 관심을 일으키는 대상이지만 영화사이트에서의 이미지는 주로 주인공의 사진을 배경으로 하고 있었으며 상단에 '하늘' 이미지 사진이 주인공의 사진과 함께 쓰이는 경우도 있었다. 또, 액션장르의 영화는 기존의 이미지사진에 거친 느낌의 질감을 리터칭하여 사용하고 있었으며 코미디, 로맨스 등의 영화에서는 아기자기하고 귀여운 일러스트가 함께 표현되고 있었다.

2-3-3. 질감

질감의 표현은 서체의 종류, 자간, 행간의 변화와 점, 선, 패턴 등의 사용으로 다양하게 표현할 수 있는데 영화사이트에서는 대부분 서체와 이미지등에 질감을 표현하여 감성적인 전달을 했으며 액션영화는 무겁고 거친 질감이 드라마, 멜로장르의 영화는 가볍고 부드러운 질감의 표현효과가 나타났다.

2-3-4. 레이아웃

영화사이트에서의 레이아웃은 그리드 구성방식이 아닌 자유로운 구성방식을 택하고 있었으며 다른 종류의 웹 사이

트처럼 다양하지 않으며 모든 사이트는 이미지가 전체 배경으로 쓰여 pop-up으로 모니터화면 사이즈에 맞춰 보여진다.

2-4. 움직임의 특성

움직임은 많은 정보들 속에서 시선의 유인효과 및 주목성을 갖게 하여 정보의 전달 효과를 높여주지만 전달할 메시지와 움직임에 대한 기획이 비탕이 되지 않은 채 움직임만을 현란히 준다면 이는 의도한 메시지를 제대로 전달해 주지 못할뿐더러 시각적인 산만함을 안겨준다.

25개의 한국영화사이트의 타이포그래피의 움직임은 대부분 상하, 좌우, 동적 움직임의 비슷한 방향구조에서 장르별로 서체와 속도로 변화를 주고 있었다. 상하의 움직임은 울동감과 리듬감을 부여하며 좌우는 안정감과 자연스러움을 주지만 속도의 변화를 통해 다양한 감성을 전달할 수 있다.

4. 결론

모션타이포그래피는 디지털의 등장으로 인간의 커뮤니케이션 능력을 대변하고 확장시켜 시각표현의 주체로서 그 표현영역을 넓히고 있다. 특히, 웹 사이트는 웹이 가지고 있는 제한적인 한계점이 있지만 모션타이포그래피의 표현을 더욱 확대시켜 주었다. 이에 본 연구에서는 모션타이포그래피의 활용성에 목적을 두고 모션타이포그래피의 활용도가 높은 25개의 한국 영화사이트를 분석하였다.

분석 결과 한국영화사이트에 쓰이는 모션타이포그래피는 몇 개의 서체와 비슷한 컬러, 비슷한 움직임의 구조에서의 속도변화 등으로 다양한 모션타이포그래피의 표현이 이루어지지 못하고 있는 실정 이었다. 이의 보완을 위해서는 전달하고자 하는 메시지의 내용에 따른 다양한 서체의 선택과 컬러의 고려, 변화에 따른 움직임의 다양성 등이 필요하며 보완과 연구를 통해 모션타이포그래피가 다양하게 발전되기를 희망한다.

모션 타이포그래피는 분명히 효과적인 시각커뮤니케이션을 위해 활용되어야 하지만 구체적인 목적과 표현요소가 고려되지 않은 상태에서의 무분별한 남용은 오히려 커뮤니케이션에 장애를 가져올 수 있다. 따라서 모션타이포그래피를 표현하기에 앞서 전달하고자 하는 정보나 메시지를 정확히 인식한 후에 이에 알맞은 서체의 선택과 표현요소, 움직임의 기획을 통해 표현하는 것이 올바른 시각커뮤니케이션을 위한 발전방향임을 강조하고 싶다.