

모션 그래픽의 진화에 따른 디지털 콘텐츠 활용에 관한 연구

A Study on the use of Digital Contents according to Evolution of Motion Graphic

주헌식

삼육대학교

Joo heon-sik

Sahmyook Univ.

요약

본 논문에서는 모션 그래픽 진화에 따른 모션 그래픽트렌드 변화에 대해서 나타내었다. 웹의 트렌드 변화와 함께 웹에서의 모션 그래픽스 그리고 모션 그래픽스에서의 인터랙티브 기법의 발전을 살펴본다. 모션 그래픽 진화에 따른 디지털 콘텐츠 활용이 미래에는 활발히 활용될 것이라고 사료한다. 또한 모션 그래픽스는 더욱 흥미롭고, 인상적인 메시지를 전달하는 중요한 커뮤니케이션으로 활용 될 것이라고 사료한다.

I. 서론

모션 그래픽스(Motion graphics)는 영상 커뮤니케이션 언어로서 Motion 과 Graphics 합쳐진 합성어이다. 이 의미는 움직이는 그래픽이라고 할 수 있다. 움직임이란 본래 갖고 있는 그래픽의 의미에 시간과 공간이 더해진 개념이다. 시간과 공간, 타이포와 이미지의 움직임, 사운드 등의 요소들을 이용하여 창의적이고 효과적인 영상으로 나타내는 것을 모션 그래픽스라고 할 수 있다.

1950년대 영화 타이틀에서 시작 된 모션그래픽스는 영화타이틀을 비롯하여 방송용 타이틀 디자인, 뮤직비디오, 동영상 광고, 웹사이트의 플래시 애니메이션 그리고 단편 애니메이션 등 각종의 움직이는 디자인을 일반적으로 모션 그래픽이라 부른다. 모션 그래픽스는 공간적인 개념인 위치(Position) 개념과 시간적인 개념인 프레임(Frame)가지고 있다. 따라서 프레임 혹은 타임라인으로 표시할 수 있는데 이는 위치적인 개념을 나타내는 x, y 좌표축과 프레임 이라고 할 수 있는 시간적인 개념(Second)로 표현 할 수 있다. 모션 그래픽스는 2차원적인 스크린에 표현된 오브젝트의 움직임을 마치 3차원

공간으로 인식하게도 하는데 이는 사람이 2차원(2D)적인 평면보다는 3차원(3D)적인 공간을 더 쉽게 지각하기 때문이다. 웹을 비롯한 인터랙티브 미디어의 경우 이러한 공간의 비율은 자유로워졌고 현재 인터넷에서 볼 수 있는 플래시 무비의 경우가 대표적이라고 할 수 있다. 플래시 무비에서의 모션 그래픽스의 경우 일반적인 TV나 영화에서의 비율은 물론 배너광고에 사용된 모션 그래픽스의 경우 기존의 TV, 영화, 비율 보다는 차이가 극단 적인 비율을 볼 수 있으며, 또한 공간의 가로의 비율보다 세로의 비율이 더 큰 경우도 볼 수 있다.

II. 웹의 트렌드 변화

웹 1.0은 인터넷에서 문자, 영상, 음성 등을 표현할 수 있는 신기술이었다면, 웹 2.0은 싸이월드나 마이스페이스 등과 같이 참여·공유·개방의 철학적 명분을 통해 새로운 가치를 창조하는 웹 트렌드입니다. 즉 웹 2.0은 플랫폼으로서의 웹(Web as a Platform)' 이었던

것입니다. 그렇다면 웹 3.0은 어떤 웹 트렌드를 의미할까요. 우선 웹 3.0은 웹 2.0에 비해 매우 지능적이며 유비쿼터스적이라는 말이라고 할 수 있습니다. 이처럼 웹 3.0에서는 컴퓨터가 정보자원의 뜻을 이해하고 논리적 추론까지 함으로써 이용자의 패턴을 추론해 사용자에게 꼭 맞는 서비스를 제공할 수 있는 지능형 웹을 뜻합니다. 웹 3.0과 웹 2.0의 가장 큰 차이점은 기존의 웹 1.0이나 웹 2.0에서는 사람이 데이터를 쓰고 읽고 축적하는 모델이 중앙집중형과 분산형으로 이뤄지는데 반해 웹 3.0에서는 사람이 아닌 기계나 사물들에 의해 생겨져 있는 센서들이 수집, 축적한 지식을 바탕으로 더 많은 지식을 창출하고 세상의 모든 사물들이 인터넷에 연결되는 플랫폼을 기반으로 매우 다양한 서비스들이 실현될 것이라는데 있습니다. 따라서 웹 3.0 환경에서는 지금까지 불가능했던 수없이 많은 지능이 자기증식 과정을 거쳐 사람과 사람, 사람과 사물, 사물과 사물간에 실제세계와 가상세계를 언제나 실시간으로 연결시키는 만물통섭의 서비스를 실현하는 웹 플랫폼이 될 것입니다. 이처럼 웹 트렌드가 바뀌면서 모션 그래픽에도 변화가 일어났다. 예를 들면 디자인 요소보다는 코딩에 더 집중하거나, 웹 세이프 칼라를 사용해야 하거나 웹에서의 모션그래픽사용 자제 등의 제약에서 자유로워지고 있는 것이다. 그 결과보다 자유로운 표현들이 시도되고 있는데 파격적인 레이아웃과 함께 꽃 문양, 소용돌이 모양, 붓 터치 느낌, 애니메이션이나 한편의 영화를 보는 느낌 등 다소 예술적으로 보거나 언더그라운드적인 느낌을 내는 사이트들도 많이 생겨났다. 비록 이러한 표현 방식이 웹에서만 시도되는 것은 아니겠지만, 현재 웹에서 사용되는 기법은 리얼리티를 최대한 살리기 위해 3D, 2D, 비디오촬영 등의 1차 소스로 가공한 다음 플래시에서 완성하는 형태로 모션 그래픽스를 이용한 웹 디자인이 요즘의 웹 디자인 트렌드 라고 할 수 있겠다.

Ⅲ. 웹에서의 모션 그래픽스 사용

모션 그래픽스에서 생명을 불어 넣어준 가장 대표적인 매체가 바로 플래시(Flash)이다. 플래시는 동적인 애니메이션의 장점을 가지고도 용량을 현저하게 줄일 수 있다는 장점을 가지고 있다. gif로 만들어진 애니메이션 용량이 11kb이라면 플래시로 제작한 swf파일은 4kb 정

도로 파일 크기가 작다. 백터 이미지를 기반으로 하고 있기 때문에 크기에 상관없이 화면을 보낸다. 또한 2와 함께 3D 오브젝트, 영상, 사운드의 편집기능까지 갖추었기 때문에 수준 높은 인터랙티브 웹 사이트를 디자인 할 수 있게 되었다. 최근 Ajax(Asynchronous JavaScript and XML)라는 새로운 RIA(Rich Internet Application)개발 방법이 각광을 받고 있으면서 플래시의 입지가 다소 위축된 느낌도 들지만 비주얼한 화려함을 표현하기에는 당분간 플래시의 자리를 대신 할 대안은 없다고 사료한다. 전통적인 플래시 무비가 *.swf 파일이었다면 최근에는 동영상을 플래시로 제공하는 서비스들이 많이 생기면서 *.flv 파일이 많이 사용되고 있다. *.flv 는 플래쉬 비디오 파일로써 보통 FLV1과 FLV4 코덱을 사용해 압축되고 플레이어 기능이 자체적으로 있기 때문에 동영상 공유 사이트에서 가장 많이 사용되는 파일이다. 사용자와의 상호작용이 가능한 플래시는 무비들을 웹상에서 마우스 버튼을 누르거나 갖다 대기만 하며 무엇인가 변화하는 동작을 구현해 주었고, 그저 구경만을 하던 사용자들에게 호기심을 유발시킴으로써 수많은 인터넷 기업들뿐만 아니라 개인 사용자들에게도 함께 참여하여 순식간에 플래시와 관련된 콘텐츠를 제작하여 선보이기 시작하였다. 또한 플래시의 가장 강한 기능은 액션 스크립트라 할 수 있는데 이것은 웹의 발전과 함께 초기의 웹사이트, 즉 보여주는 매체 이상의 재미를 줄 수 있다. 이러한 플래시 매체의 발전으로 디지털 시대의 정보와 사용자간의 커뮤니케이션 영역이 확장되고 모션 그래픽스도 문화 콘텐츠의 역할을 수행 할 수 있게 되었다.

Ⅳ. 인터랙티브에 의한 모션 그래픽스

웹 사이트는 광고, 영화 매체와 마찬가지로 동영상 및 소리, 텍스트, 그래픽 등이 복합적으로 어우러지는 입체적 공간으로서 모션 그래픽 디자인에 시간이라는 개념이 더해지는 또 하나의 공간이다. 웹 사이트의 내용을 구성하는 하나의 언어인 HTML에서 태그라는 코드를 이용하여 텍스트를 움직이게 하거나 적은 용량의 움직이는 그림을 통해 표현하는 간단한 방법에서부터 JAVA 나 Flash 등을 통하여 3차원에 근접한 최근의 기술까지 모션 그래픽을 위한 발전을 계속되고 있다. 특히 최근들어 Flash를 통한 방법은 상대적으로 적은 용

량의 그래픽으로 큰 영향을 거두는 장점을 지녀, 주요 웹사이트뿐만 아니라 화면 보호기, CD-ROM, Title, 짧은 동영상 구현 등에도 사용되고 있다.

이러한 모션 그래픽의 가능하게 하는 것은 인터랙티브한 인터페이스로 기인한다고 할 수 있다. 이러한 인터랙티브는 기존 매체(TV, 라디오)와 달리 사용자가 수동적으로 정보전달을 받는 것이 아니라 능동적으로 받아들여지게 한다. 정적인 정보전달 수단으로써 사용되던 웹이 이제는 보다 효과적으로 직관적으로 마치 TV를 훑내라도 내는 것처럼 변해가고 있다. 다양한 분야의 학문 및 기술이 전통적 예술 개념들과 접목되면서 실험적이며 새로운 개념의 예술 형태로 진화를 거듭하고 있다. 연극이나 뮤지컬 등의 요소에서 웹 사이트의 네비게이션을 창조하거나 회화적 기법의 일러스트를 사용하는 모션 등이 이런 예라 할 수 있다. 실제 동영상을 직접 활용하거나 그래픽이나 일러스트에 모션의 효과를 더하는 방법, 스크립트를 사용한 인터랙티브 모션 등 다양하게 사용된다. 다른 한편으로 인터랙티브 모션 그래픽은 웹 프리젠테이션의 훌륭한 도구로 활용되거나 제품 기능 체험용 등으로 사용되기도 한다. 현재의 가장 효과적인 웹은 Motion graphic 과 Interactive Art 가 혼합된 Interactive motion graphic의 형태라 볼 수 있다. 여기에는 동영상 제작 및 편집, 그리고 스토리텔링 기법까지 포함된다.

V. 결론

현대의 모션그래픽스는 적극적인 커뮤니케이션을 위해 보다 창조적이고 감각적인 영상 형태로 발전하고 있다. 초기에 이미지와 디지털 요소에 3차원을 표현할 수 있는 3D 그래픽 영상 등과 결합하여 지금까지 영상매체에서 접하지 못했던 실험적이고 환상적인 영상을 만들어 내고 있다. 또한 매체의 변화에 따라 변이되고 발전하여 강력한 의미를 담아낸다. 모션그래픽은 미디어 테크놀로지 발전으로 계속진화하며, 봐 흥미롭고 인상적인 메시지를 전달하는 중요한 커뮤니케이션 수단으로 활용될 것이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] Jesse James Garrett, Ajax: A New Approach to Web Applications, <http://www.adaptivepath.com/publications/essays/archives/000385.php>, 2005.
- [2] 주현식, "동영상 UCC 제작 콘텐츠 프로그램 특성에 관한 연구", 한국컴퓨터정보학회 동계학술대회, 2009..
- [3] 황지연, 성지환, "융합시대 사회문화 트렌드와 UCC 활용 전망", 정보통신정책, 18권 17호.