

웹 페이지에서 사용되는 모션그래픽 광고 콘텐츠

주현식^o

^o삼육대학교 컴퓨터학부

e-mail: hsjoo@syu.ac.kr

Advertising Contents of Motion Graphic using the Web Page

Heon-Sik Joo^o

^oDivision of Computer Engineering & Science, Sahmyook University

● 요약 ●

본 논문에서는 웹 페이지에서 사용되는 광고 콘텐츠에 대해서 나타낸다. 웹 페이지에서 사용되는 광고 콘텐츠는 모션 그래픽으로 제작하여 인터랙티브하게 이용 된다. 또한 웹 페이지에서 사용되는 광고는 광고의 특성을 가지고 있다. 따라서 광고의 특성에 따라 콘텐츠의 특성도 달라진다. 웹 페이지에서 사용되는 광고 콘텐츠는 특성에 따라 이미지 광고와 동영상 광고로 분류한다. 이들 콘텐츠의 특성으로 이미지의 사이즈와 동영상의 사이즈, 제작 파일 크기, 재생 시간, 웹 페이지의 위치에 따라서 다양한 광고 효과를 연출한다. 따라서 광고 효과를 나타내기 위해서는 제작 광고 콘텐츠의 특성과 인터랙티브 콘텐츠의 특성이 고려되어야 한다.

키워드: 모션그래픽(motion graphic), 웹페이지광고 (web page advertising), 인터랙티브(interactive)

I. 서론

인터넷이 새로운 광고매체로 부상하고 있다. 웹 광고는 컴퓨터 기술의 발전과 인터넷 사용 증대로 마케팅 상황 변화를 가져왔다. 상업적 목적으로 이용될 수 있다는 것은 인터넷이 기존의 매스미디어와 같이 광고료로 운영될 수 있다는 가능성을 갖기 때문이다. 마케팅 환경 변화로 기존 매스미디어 광고가 마케팅의 일부로 작용 하였다면 인터넷 광고는 마케팅 그 자체라고 할 수 있다. 즉, 인터넷 광고는 광고, 구매, 결제, 배송, 그리고 기업홍보와 사후 고객관리 등 마케팅 전 과정을 포함하고 있다. 오늘날 웹은 문자뿐만 아니라 그림, 사운드, 동화상 등의 멀티미디어 요소들을 다 수용하고 있다 [1]. 따라서 웹에서의 광고 효과는 기업의 수익모델에 커다란 영향을 미친다. 웹에는 대략 약 3만 5천 개 이상의 웹 사이트가 있는데 그 중 1만여 개 정도가 상업용이다. Jupiter Communication은 웹 광고 규모를 1996년에는 3억 1천 2백만 달러, 2000년에는 약 50억 달러로 급성장 하며, 라디오 광고시장 규모 20억 달러를 앞 설 것으로 예상하였다.

여 신속한 의사 결정을 할 수 있도록 한다. 웹 광고로 다양한 멀티 미디어 광고 제작이 가능하고 고객이 직접 참여하는 양방향성 광고 제작도 가능하며 다음과 같은 다양한 유형은 표 1과 같다.

표 1. 광고의 유형

광고의 유형	내용
배너광고 Banner	웹 사이트내의 페이지내에 일정크기로 보여지는 광고형태
리치미디어 rich media	멀티미디어 형태의 광고로, 텔레비전 방송광고처럼 비디오와 오디오·사진·애니메이션 등, 사용자가 배너광고 위에 마우스를 올려놓으면 변하는 광고
전면광고 Full-page advertisement	프로그램 중간에 나오는 텔레비전 상업용 광고와 비슷한 웹 사이트의 광고로 이용자가 다음 웹 페이지를 다운로드하는 동안 나옴
콘텐츠광고 Contents Advertising	웹사이트나 배너 광고 내에 목적하는 광고 콘텐츠를 삽입하여 운영하는 광고형식
푸시광고 Push Ad	푸시기술을 이용하여 컴퓨터가 운영되지 않는 시간에 영상, 소리, 메시지를 전송하는 광고

II. 웹 광고의 유형

웹 광고란 광고주가 교환을 촉진 시킬 목적으로 인터넷 광고 매체를 이용하여 주로 유료로 행하는 일방 또는 쌍방의 마케팅 커뮤니케이션이라고 할 수 있다. 웹 광고는 인터넷을 통해 웹 사이트의 정보에 대한 또는 웹 서비스나 제품에 대한 적절한 정보를 제공하

III. 본론

인터넷 광고의 장점은 광고의 제작과 수정이 타 광고에 비해 매우 수월하여 신속한 광고 의사 결정에 도움이 된다. 비용이 상대적으로 저렴하고 타겟 광고에 탁월하다. 또한 소비자 입장에서 원

할 경우 장시간 광고를 접촉할 수 있고, 반복 시청을 할 수 있다. 단점으로는 보다 넓은 고객층을 추구하는 경우 단순 광고가 효과적이지만 특정 목표를 할 경우는 단순 배너 광고는 효과적이지 않다. 광고를 접하는 고객의 시스템 성능에 따라 광고가 영향을 받을 수 있다. 따라서 다음과 같은 인터넷 광고 규격은 표 2와 같다.

표 2. 광고 규격

광고 규격	소재
노출형광고 (Display AD)	웹 사이트내의 페이지내 혹은 사이트와 함께 일정 크기로 보여지는 광고형태로 가로형 광고, 세로형 광고, 네모형, 떠있는 광고등의 형태가 운영되고 소비자들을 대상으로 노출되는 형태의 광고
가로형 광고 (Wide)	가장 일반적인 배너광고의 형태로서 가로로 긴 광고, 468x600이 대표적인 크기이나 다양한 변형 크기
애니메이티드 광고 (animated ad)	모양이 변하는 광고, 대부분 지아이에프(GIF)89 그래픽파일 포맷을 이용해 만들고, 쇼크웨이브나 자바스크립트, 혹은 자바를 이용해 만들
확장형 광고 (Expandable)	작은 톱 모양위에 마우스를 오버하면 광고(Panel)가 확장되어 나타나는 광고형태로 하나의 메시지 창이 오버 되어 나타 남
모바일광고 (Mobile ad)	핸드폰, PDA, PMP등 휴대형 이동 단말기를 통하여 동영상, 이미지, 텍스트등의 광고를 단말기 화면에 노출되도록 하는 광고

그림 1 은 다음 사이트내의 미셀 화장품 광고 주소이다.
http://www.daum.net/?t_nil_logo=daum



그림 1. 인터랙티브 콘텐츠
 Fig. 1. Interactive Contents

HD 로딩으로 되어 있으며, 제작 가이드는 브랜드스테이션_일 반으로 220 x 170(swf)파일로 브랜드스테이션 으로 마우스 마운 트시 고화질 동영상 878*494(flv)로 확장되고,
<http://shop.beautynet.co.kr/whymissha/?page=immisshaS8&sub=cf> 홈페이지 주소로 이동되며 그림 2의 동영상 콘텐츠가 재생 된다.



그림 2. 동영상 콘텐츠
 Fig. 2. Moving Picture Contents

웹 광고에서 다양한 멀티미디어 콘텐츠들이 사용되며, 이미지로 gif 나 jpg 파일로 제작할 경우도 220 x 170 크기로 용량은 100K 정도로 작은 콘텐츠들을 사용한다. 동영상 파일로서 플래시무비 *.swf 파일 혹은 *.flv 플래시 비디오 파일을 사용한다.

IV. 결론

웹 인터넷 광고는 광고 유형과 규격 가이드에 따라 다양한 콘텐츠를 사용한다. 최근 고화질의 콘텐츠 제작 및 사용이 요구되고 있다. 링크한 홈페이지에서도 아름다운 영상 제작의 광고들을 접하게 된다.

참고문헌

[1] C. Barmes, D. E. jacobs, D.b Goldman, S. Rusinkiewicz, A. Finkelstein, and M. Agrawala. "Video pupety: a perfomative interface for cutout animation", SIGGRAPH ASIA 2008.