

무빙 포스터 디자인을 구성하는 요소 연구

전혜연[†]

A Study on the Elements of Moving Poster Design

Christine Hyeyeon Chun[†]

ABSTRACT

This study analyzed the factors consisting moving poster design. In order to analyze the elements of moving poster, the researcher reorganized the elements of moving posters by referring to the previous studies on printed posters, motion graphics and works of moving posters. In this study, moving poster components were classified into 'communication', 'visual and form', and 'sound'. In 'communication' section, moving posters had narrative elements, including scenes, because of the time and movement added by the poster's original function. The 'visual and form' section was classified into graphics, layouts, movement, and time. Graphics referred to various graphic objects constituting the screen such as photo, illustration, typography, color, diagram. Layout means screen layout, size, and orientation of the screen. Movement section was divided into 'subject of movement' and 'attributes of movement'. Time was classified physical time such as playing time and subjective time felt by the audience. Also, the researcher categorized 'sound' as an additional section, since most moving posters did not include sound.

Key words: Moving Poster, Poster Design, Animated Poster

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

포스터는 디자인의 개념이 탄생한 이래 그래픽 디자인에서 가장 빈번하게 사용되고 논의되는 형식으로 정보 전달뿐만 아니라 그래픽 디자이너들의 표현과 예술적 실험의 장이었다. 인쇄술의 발달과 산업화로 각광 받은 포스터 형식은 이후 디지털 기술의 발달로 변화를 겪고 있다. 20세기 후반에는 PC와 DTP (desktop publishing)의 보급으로 포토샵 등의 디지털 미디어 소프트웨어에 의한 표현 기법의 다양화가 가능해졌으며, 21세기 인터넷과 모바일, 디지털 스크린, 온라인 플랫폼 등의 발달은 과거 인쇄 이미지 혹은 정지된 포스터로 채워졌던 온·오프라인 공간을

움직임이 있는 포스터 혹은 영상을 기반으로 한 다양한 광고로 채워가고 있다. 즉, 디지털 스크린에 띄워진 정적인 포스터에, '움직임이 더해진' 무빙 포스터 (Moving Poster) 형식의 작업들이 새롭게 제작되고 있다. 관련 선행 연구들은 주로 무빙 포스터의 특정 표현 기법을 논의하거나, 작품 제작에 초점을 두고 있다. 시네마그래프 기법에 중점을 둔 작품 연구 (Kim, 2017)(Leem, 2017)[1][2], 시네마그래프의 심미성을 실험한 논문(Kim외 2명, 2017)[3], 인터랙티브 모션 포스터에 관한 연구(Sérgio외 3명, 2017)((Kong, 2018)(Ro, 2018)가 있다[4,5,6]. 그러나 다양한 무빙 포스터 작품이 제작되에도 불구하고 이에 대한 형식적, 내용적 분석은 부족한 현실이다. 이러한 배경에서 본 연구는 무빙 포스터 디자인을 구성하

※ Corresponding Author : Christine Hyeyeon Chun,
Address: (343-813) 71-200, Namsan-gil, Sinpyeong-myeon,
Dangjin-si, Chungnam, Korea, TEL : +82-41- 359-6018,
FAX : +82-41-359-6100, E-mail : zneng@naver.com
Receipt date : Dec. 24, 2019, Revision date : Dec. 30, 2019

Approval date : Jan. 4, 2020

[†] Dept. of Design., Sehan University

※ This paper was supported by the Sehan University Research Fund in 2020.

는 요소들을 분석하고자 한다. 본 연구는 ‘무빙 포스터’라는 새로운 멀티미디어 연구로서 의의를 지니며, 포스터 및 무빙 포스터 관련 연구와 작품 제작 시 도움이 될 것으로 기대된다.

1.2 연구 내용 및 방법

본 연구는 무빙 포스터 디자인을 구성하는 요소들을 분석하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 첫째, 선행 연구들을 바탕으로 포스터와 무빙 포스터의 정의를 정리한다. 둘째, 무빙 포스터의 시각적 특징을 분석한다. 셋째, 인쇄 포스터와 동영상 양측의 성격을 가진 무빙 포스터의 구성 요소를 판단하기 위해 인쇄 포스터를 구성하는 요소와 동영상 및 모션 그래픽을 구성하는 요소, 무빙 포스터 실제 사례들까지 참고하여 무빙 포스터를 구성하는 요소를 논의한다. 연구 대상 작품은 Weltformat Poster Festival의 무빙 포스터 전시 아카이빙 웹사이트에 올라와있는 무빙 포스터 53점을 1차 대상으로[7], google에서 ‘moving poster’를 검색했을 때 나오는 결과물들을 2차 대상으로 함께 참고하였다.

2. 포스터와 무빙 포스터

2.1 포스터의 정의

전통적인 의미의 포스터는 기둥의 의미인 포스트(post)에서 유래하였다. 이는 광고나 벽보의 대부분이 기둥에 부착되기 때문이었다[6]. 포스터의 어원에서도 알 수 있듯이 뉴미디어 이전 시대의 ‘포스터’에 대한 정의들은 ‘인쇄’, ‘벽이나 기둥에 부착’ 등의 키워드들을 포함하고 있으나, 최근 디지털 미디어의 발달로 포스터에서 ‘인쇄’, ‘부착’이라는 키워드가 사라져가고 있다[8]. 리퍼트(Lippert, 2018)는 포스터란 특정 아이디어, 생산물, 행사 등을 위한 일시적인 홍보물로 대량 소비를 위해 공공 공간에 게시되는 것들



Fig. 1. an Example of the Static Moving Poster.

이라고 말했으며[9], 에스킬슨(Eskilson, 2012)은 포스터는 일반적으로 문자와 이미지를 포함하고, 감상자의 시선 유도와 정보 제공 기능을 담아 디자인된다고 언급하였다[10].

2.2 무빙 포스터의 정의

무빙 포스터는 무빙(Moving)과 포스터(Poster)의 합성어로 ‘움직이는, 움직이는 부분이 있는 포스터’를 뜻한다. Sérgio와 3명(2017)은 무빙 포스터는 디지털 스크린의 잠재력을 탐험하고 매력적인 커뮤니케이션 형식을 창출하기 위한 움직임(motion)과 기존 인쇄물(print worlds)의 결합이라고 말한다[4]. Benyon(2016)에 따르면 2016년 Weltformat Poster Festival의 무빙 포스터 전시를 기획했던 Schaub와 Brechbühl은 당시 작품 수집 기준을 1)Standard Portrait Format, 2)Having Single Idea, 3)Using Animation to Enhance Their Message 세 가지로 정했다[11]. 이를 정리하면 무빙 포스터란 ‘인쇄매체 포스터에서 주로 사용되던 세로 형식의 비율에, 하나 이상의 메시지 혹은 아이디어를 담고 있고, 담겨진 아이디어의 전달력과 호소력을 향상시키기 위해 애니메이션 기법을 사용하는 포스터’라고 정의할 수 있을 것이다.

2.3 Schaub(2016)의 무빙 포스터 스펙트럼[7]

Schaub(2016)는 무빙 포스터란 인쇄 포스터와 필름 사이에 위치하며 짧은 시간 안에 흥미와 정보를



Fig. 2. an Example of the Dynamic Moving Poster.

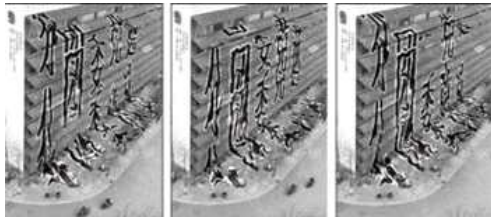


Fig. 3. an Example of the Filmic Moving Poster.

창출할 수 있지만 본질적으로는 포스터라고 말한다. Schaub(2016)에 의하면 무빙 포스터는 ‘Static Poster - Dynamic - Filmic’의 스펙트럼 중 어딘가에 위치한다. ‘Static Poster’의 경우 정적인 포스터 형식에서 색상 변경, 한 개의 시각 요소 변경 등 요소들의 이동이나 위치 변경 없는 최소한의 변화만 보인다. ‘Dynamic Poster’는 가장 많은 무빙 포스터들이 속할 수 있는 카테고리로 화면의 가장 큰 요소들이 움직이거나 작고 다양한 시각 요소들이 ‘Pushing’, ‘Turning’ 등 추상적인 움직임을 보여주거나, 빈 화면에서 새로운 구조물이 생성되거나, 특별한 플롯 없는 지속적인 움직임을 보여준다. ‘Filmic’ 포스터들은 film 미디어에 근접한 무빙 포스터 형식으로 포스터의 움직임은 특정한 영화의 신(Scene) 장면에서 근접한다[7].

2.4 볼터와 그루신(Bolter & Grusin)의 재매개론과 무빙 포스터

볼터와 그루신의 재매개 이론은 하나의 미디어를 계보학적 관점 하에 다른 미디어간의 관계 속에서 고찰하는 이론으로[12], 정승혜(2014)에 의하면 재매개 이론은 무빙 포스터처럼 급속하게 변화하는 현대

의 디지털 미디어 환경을 설명하기에 매우 유용한 단초이다[13]. 재매개론에 의하면 특정한 한 미디어는 독자적으로 발생하는 것이 아니라 유사한 선행 미디어를 포함한 다른 미디어를 표상하며 존재를 입증한다[12]. 이에 따르면 무빙 포스터 또한 독자적으로 갑자기 생겨난 형식이 아니라 인쇄 매체 포스터와 동영상(모션그래픽, 광고 등)의 기존 미디어들을 재매개하고, 표상하고, 비교하고, 경쟁하며 진동한다고 볼 수 있다. 즉 무빙 포스터는 기존 인쇄 매체 포스터에 비해 사용자의 관심과 흥미를 끌고, 포스터의 메시지를 보다 잘 각인시키기 위해 부분적인 움직임을 끈다는 주장[11]은 무빙 포스터가 전통적인 포스터, 영상 미디어 등과 경쟁하고 그들을 통해 존재를 입증한다는 의미와 일맥상통한다[8].

3. 인쇄 포스터와 움직임을 구성하는 요소

2장의 내용을 통해 무빙 포스터가 무빙(Moving)과 포스터(Poster)의 합성어로 인쇄 포스터에 움직임이 더해진 포스터이고, 인쇄 포스터와 모션그래픽, 광고 등을 재매개한다고 가정할 수 있다. 따라서 연구자는 무빙 포스터를 구성하는 요소를 논의하기 위해서 기존 인쇄매체 포스터 디자인을 구성하는 요소들과 모션그래픽, 광고 등의 동영상 디자인 시 고려해야 할 요소들을 함께 종합적으로 논의하고자 하였다.

3.1 인쇄 포스터 디자인을 구성하는 요소

Table 1은 포스터의 구성 요소에 관한 선행 연구들을 정리한 표이다. 윤학중(2003), 정정숙(2004)은

Table 1. Components of Poster Design

| researcher | components | |
|-------------|---|---|
| Yoon(1997) | copy | main/sub headline, body copy, slogan |
| | artwork | photo, illustration, sketch, borderline, layout, typography |
| Chung(2004) | communication | type and message |
| | visual | layout, logo, illustration, photo, color, size |
| Kong(2006) | color, typography, illustration, photo, layout | |
| Lee(2007) | photo·illustration, typography, blank space, size | |
| Lee(2013) | visual | main/sub-object, expression material & technique, layout, illustration, photo, main/sub color |
| | communication | typography |
| | etc. | blank space, size |

카피(언어적 요소)와 아트웍(시각적 요소)으로[14, 15], 이들 외에 다수의 선행연구를 참조하여 구성요소를 재정리한 이은정(2013)은 언어적 요소, 시각적 요소, 기타 요소로 분류하였다[16]. 그 외에 공지은(2006)과 이서영(2007)은 포스터의 문구 또한 시각적 요소로 편입하여 시각적 요소들에서만 상세 분류를 시도하였다[17,18].

3.2 모션 그래픽 구성 요소를 중심으로 살펴본 움직임과 관련된 요소

움직임(moving)과 관련된 요소들을 분석하기 위해 무빙 포스터와 가장 유사한 구조의 합성어이자 의미의 지닌 동영상 형식인 ‘모션 그래픽(Motion Graphic)’의 구성 요소에 대해 논의한 선행 연구들을 참조하였다. 모션 그래픽이란 ‘모션’과 ‘그래픽’의 합성어로 모션은 움직이는 그래픽을 말한다. 즉, 일러스트레이션, 애니메이션, 사진, 타이포그래피, 사인, 심볼, 아이콘 등 다양한 형태의 그래픽 요소들에 디자인의 조형적 요소와 시간이 동반된 움직임이 추가되어 표현된 것이다[21]. 조용근(2009), 이윤정(2012), 강태임(2013) 등 모션 그래픽의 구성 요소를 연구한 기존 연구들의 대다수는 세부 항목의 차이는 있었으나 모션 그래픽의 구성 요소를 형태적인 측면과 커뮤니케이션 측면으로 나누었다[19,20,21]. 나정조(2019)는 그의 모션 인포그래픽 관련 연구에서 ‘청각(Sound)’부분을 따로 분류하여 시각 형태, 청각, 정보 전달로 구분하였다[22].

4. 무빙 포스터 디자인을 구성하는 요소

인쇄 포스터와 모션 그래픽의 구성 요소에 관련된 대다수의 선행 연구들은 시각·형태적 측면과 커뮤니케이션 측면의 구분을 두고 있었다. 무빙 포스터 또한 아이디어 혹은 메시지의 전달력을 높이기 위해 조형적인 요소들과 움직임을 결합하는 미디어로 ‘시각·형태적 부분’, ‘커뮤니케이션 부분’의 구분이 적절하다고 판단되었다. ‘사운드 부분’은 모션 그래픽 연구들에서는 ‘시각·형태적 측면’에 포함시키는 경우도 있었으나 실제 무빙 포스터 작업 사례들을 살펴보았을 때 사운드를 사용하는 작업이 많지 않아 무빙 포스터에서는 부가적인 요소로 따로 분류하였다.

4.1 커뮤니케이션 측면

커뮤니케이션 부분은 메시지(message)와 전달 방식(delivery method)으로 구분하였다. 메시지에는 상품 광고, 행사 안내, 선전 및 정치, 정보 전달, 조형 실험 등 ‘포스터의 종류(type of poster)’와 영상의 필수 요소 중 하나인 ‘내러티브(narrative)’, 그리고 여기에 포함되지 않는 다양한 ‘기호(symbol)’의 세 영역으로 구분하였다. 내러티브는 이야기의 가장 작은 단위인 신(scene)부터 사건의 인과관계의 연결인 플롯(plot), 그리고 최종 형태인 내러티브 스토리텔링(narrative storytelling)까지 포함시켰다. 메시지 전달 방식은 인쇄 포스터와 무빙 포스터 모두에서 포함 가능한 요소이지만, 무빙 포스터가 ‘시간’속성을 가짐으로써 인쇄 포스터에 비해 시간에 따른 변화나 대비를 보여줄 수 있는 여지가 넓다고 보았다. 포함되는 내용으로는 선형/비선형 내러티브(linear/non-linear narrative), 계층구조(hierarchy), 비교/대조(comparison/contrast), 은유적 표현(metaphorical expression) 등이 있다.

4.2 시각·형태적 측면

시각·형태(visual·form) 부분은 ‘그래픽(graphic)’, ‘레이아웃(layout)’, ‘움직임(movement)’, ‘시간(time)’으로 나누었다. 그래픽 요소들은 사진, 일러스트레이션, 타이포그래피, 색, 다이어그램 등이 있다. 그래픽 요소는 시간이라는 요소와 함께 작용함으로써 크기와 위치 등의 변화로 2차원인 공간에서 3차원적 깊이를 창출해내며 메시지를 전달하는 주된 요인이다[23]. 레이아웃(layout)은 그래픽 디자인의 가장 기본적인 고려 사항으로 그래픽 요소들을 배치하여 정보의 우선순위를 드러내는 기능을 한다. 무빙 포스터에서는 인쇄 포스터와 달리 움직임이 포함되기 때문에 움직임에 따른 레이아웃의 변화도 포함되며, 설치될 미디어와 플랫폼에 따라 판형의 방향과 요소들의 크기 조절이 고려되어야 한다. 예를 들어, 환승 공간에 설치되는 세로형 디지털 사이니지와 스마트폰을 통해 보는 인스타그램(Instagram) 등 SNS에 게시되는 작업은 동일한 내용이라고 하더라도 전혀 다른 레이아웃과 판형을 지니게 될 수 있다. 스크린 상에서의 움직임은 움직임의 주체에 따라 오브젝트의 움직임, 카메라의 움직임, 관객 시선의 움직임으로 나누거나[24], 움직임의 속성인 속도, 방향, 변형, 동작으로 구

Table 2. Components of Motion Graphic

| researcher | components | | |
|------------|----------------------|--|--|
| Cho(2009) | form | time, movement, figure&ground, color, sound | |
| | communication | sign, rhetoric, narrative, interactive | |
| Lee(2012) | form | graphic, movement, sound | |
| | communication | sign, narrative | |
| Kang(2013) | form | time, movement, graphic, text, sound | |
| | communication | narrative storytelling, interactive, symbol/icon, metaphor | |
| Na(2019) | visual form | components | graphic style, typography, diagram, color, subtitles |
| | | screen layout | layout, screen transition, screen size |
| | sound | bgm, sound effects, narration | |
| | information delivery | linear narrative, timeline, hierarchy, comparison and contrast | |

Table 3. Components of Moving Poster

| | components | | |
|---------------|-------------------------------------|--|---|
| communication | message | type of poster | product/event ads, propaganda, information delivery, formative experiment, etc. |
| | | narrative | narrative storytelling, plot, scene |
| | | symbol | icon, symbol, sign |
| | delivery method | Linear / non-linear narrative, Hierarchy, Comparison/Contrast, Metaphorical expression, etc. | |
| visual form | graphic | photo, illustration, typography, color, diagram | |
| | layout | screen layout of graphic elements, size, orientation(horizontal, vertical, square) | |
| | movement | movement of object, camera, audiences' eyes | |
| | | speed, direction, transform, kinds of movement | |
| time | physical time, subjective time | | |
| sound | music(bgm), narration, sound effect | | |

분하였다. 시간은 물리적인 시간(객관적 시간)과 주관적인 시간으로 나누어지는데 물리적인 시간은 장면의 길이를 나타내는 시간을 의미하고, 주관적 시간은 관객이 느끼는 심리적 시간이다[25].

4.3 사운드 영역

‘사운드’는 음악 및 배경음악, 나레이션, 효과음으로 나누어진다. 사운드는 일반적인 동영상 미디어에서는 필수적인 요소로 언급되지만, 연구자가 살펴본 무빙 포스터 작업들에서는 사운드를 사용하지 않는 경우가 일반적이었다. 이는 무빙 포스터가 동영상의 필수 요소인 사운드를 제거함으로써 인쇄 포스터와 유사하게 보이게 하려는 점, 대부분의 무빙 포스터가 5초 내외로 짧은 재생시간을 가지고 있어서 사운드

를 무시해서 사용할 필요가 없는 점 등과 연관되는 것으로 보인다. 또한, google에서 moving poster를 검색했을 때 가장 많이 나오는 파일 형식이 gif인데 이와 동일한 파일 형식이자 5초 내외의 짧은 재생시간으로 제작되는 animated gif(움직이는 짤방)가 최근 인터넷 및 SNS에서 각광받고 있는 특성과도 연결되는 것으로 보인다. Bakhshi와 5명(2016)은 animated gif가 인기를 끄는 이유로 첫째, ‘소리가 없는 움직임’으로 인해 공공장소나 상황을 가리지 않고 콘텐츠를 즐길 수 있는 점, 둘째, 낮은 용량으로 짧은 로딩 시간, 셋째, 재생 버튼을 클릭할 필요가 없는 점, 넷째, 멀티테스킹이 가능하고 낮은 관심으로도 소화가능한 점 등을 언급하였는데[26] 무빙 포스터들 또한 gif형식으로 제작됨으로써 이러한 장점들을

보유하는 것으로 사료된다.

5. 결 론

4장의 내용을 표로 정리하면 Table 3와 같다.

본 연구는 무빙 포스터 디자인을 구성하는 요소들을 분석하였다. 연구자는 인쇄 포스터에 움직임이 더해진 무빙 포스터의 요소를 분석하기 위해 인쇄 포스터, 모션 그래픽을 구성하는 선행 연구들과 무빙 포스터의 실제 작품 사례들을 참고하여 무빙 포스터를 구성하는 요소를 새롭게 정리하였다. 연구자는 무빙 포스터 구성 요소를 크게 ‘커뮤니케이션 영역’, ‘시각·형태’ 영역, ‘사운드’ 영역으로 분류하고 세부 요소를 논하였다. 본 연구는 연구자의 미발표된 박사 학위 논문의 부분을 발췌한 것이다. 본 연구는 무빙 포스터라는 새로운 멀티미디어에 대한 자체 연구로 의의를 가지며 추후 포스터 및 무빙 포스터 관련 후속 연구와 작품 제작 시 도움을 줄 것으로 기대된다.

REFERENCE

- [1] J.M. Kim, "Analysis of Appreciator's Preference Depending on the Difference in Existence & Unexistence of Movement of Cinemagraph Advertisement - Mainly on the Basis of Advertisement Attitude, Brand Attitude -," *Journal of the Korean Society of Design Culture*, Vol. 23, No. 1, pp. 101-110, 2017.
- [2] H.E. Leem, *A Study on Phenomenon That Turn from 'Still Graphic Image' into 'Video'*, Master's Thesis of Seoul National University, 2017.
- [3] Y.I. Kim, H. Kim, and C.Y. Kim, "A Study on Aesthetic Impression of Cinemagraphs Expressed in Advertising Media," *Journal of Korea Multimedia Society*, Vol. 20, No. 7, pp. 1129-1135, 2017.
- [4] R. Sérgio, M. Pedro, B. João, and M. Penousal, "Using Computer Vision Techniques for Moving Poster Design," *Proceedings of Sixth Ergotrip Design*, pp. 1-12, 2017.
- [5] C. Ro, *A Study on Layered Visual Experiences Exploring Cultural Concepts of Space in Korea*, Doctor's Thesis of Seoul National University, 2018.
- [6] S.K. Kong, "Proposal for New Type of Poster, Interactive Motion Poster," *Journal of Digital Contents Society*, Vol. 19, No. 9, pp. 1679-1688, 2018.
- [7] Moving Posters, <http://www.themovingposter.com> (accessed December 22, 2019).
- [8] H.Y. Chun, "A Study on the Logic of Remediation in Moving Poster," *Korea Science and Art Forum*, Vol. 37, No. 5, pp. 319-329, 2019.
- [9] What is a Poster?, <https://posterhouse.org/what-is-a-poster/> (accessed December 22, 2019).
- [10] S. Eskilson, *Graphic Design: A New History*, Yale University Press, New Haven, 2012.
- [11] A New Poster Movement, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/> (accessed December 22, 2019).
- [12] J.D. Bolter and R. Grusin, *Remediation : Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1999.
- [13] S.H. Chung, "Study on the Logic of Remediation in TV Advertising," *Journal of Communication Science*, Vol. 14, No. 4, pp. 232-263, 2014.
- [14] H.J. Yoon, "A Study on Advertising Design Education," *Journal of Arts and Design*, Vol. 3, pp. 71-124, 1997.
- [15] J.S. Chung, "Impacts of Message Components of City's Travel Poster on Destination Image," *Journal of Tourism and Leisure Research*, Vol. 16, No. 2, pp. 161-171, 2004.
- [16] E.J. Lee and K.Y. Jang, "Development of the Checklist of Idea Converging for Poster Design Work -with Centered on Application of QFD (Quality Function Deployment) Technique-, " *Design Convergence Study*, Vol. 12, No. 6, pp. 272-282, 2013.
- [17] J.E. Kong, *Present Condition and Visual Element Analysis of Domestic Musical Poster Design : Focusing on the Case Study*,

- Master's Thesis of Sungshin Women's University, 2006.
- [18] S.Y. Lee, *Layout Designs of the Korean Movie Posters Conjunction with the Characteristics of Korean History (1950-2006)*, Master's Thesis of Hanyang University, 2007.
- [19] Y.G. Cho, "A Study on the Classification System of the Motion in Motion Graphics," *Journal of Digital Design*, Vol. 9, No. 1, pp. 119-130, 2009.
- [20] Y.J. Lee, "An Analysis of Expression According to Elements of Motion," *Journal of Korea Design Knowledge*, Vol. 22, pp. 139-148, 2012.
- [21] T.Y. Kang, "Motion Graphic Case Studies on the Advertisements by Analysing Visual Communication Elements," *Journal of Korea Design Knowledge*, Vol. 26, pp. 301-310, 2013.
- [22] J.J. Na, "An Analysis of the Expression Elements of Motion Infographic Used in Korean Public Institutions," *Journal of Korea Design Forum*, Vol. 24, No. 4, pp. 17-28, 2019.
- [23] J.H. Rim, *A Study on the Visual Perception in Motion Graphics*, Master's Thesis of Kyungsung University, 2003.
- [24] S.W. Choi, "A Study of Visual Components for Commercial Film," *The Korean Journal of Animation*, Vol. 7, No. 4, pp. 139-158, 2011.
- [25] N.H. Kim, "A Study on the Morphological Analysis of Components in Motion Design," *Journal of Basic Design and Art*, Vol. 8, No. 2, pp. 59-72, 2007.
- [26] S. Bakhshi, D. Shamma, L. Kennedy, Y. Song, P. Juan, and J. Kaye, "Fast, Cheap, and Good: Why Animated GIFs Engage Us," *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 575-586, 2016.



전혜연

2010년 서울대학교 시각디자인 전공 졸업
 2013년 서울대학교 디자인전공 공예·디자인학 석사
 2016년 서울대학교 디자인전공 박사 수료

2016년~현재 세한대학교 디자인학과 조교수