

키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달방법에 관한 연구

A Study of Methods Communication on Kinetic Typography

주저자: 김문석 (Kim, Moon Seok)

서일대학 광고디자인과

공동저자: 최치권 (Choi, Chi Kwon)

동양대학교 예술대학 컴퓨터그래픽영상학부

본 논문은 2006년도 서일대학 학술연구비에 의해 연구되었음

논문요약

Abstract

I. 서론

1. 연구 목적 및 배경
2. 연구 방법과 범위

II. 키네틱아트로서의 타이포그래피

1. 키네틱아트의 이해
2. 타이포그래피의 키네틱적 접근
3. 디지털과 키네틱타이포그래피의 유형

III. 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션

1. 키네틱타이포그래피의 표현 요소
2. 커뮤니케이션을 위한 키네틱타이포그래피

IV. 사례분석

1. 사례조사 대상 및 방법
2. 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달방법 분석

V. 결론

참고문헌

(Keyword)

Kinetic, Typography, Communication

논문요약

현재 키네틱타이포그래피는 우리의 생활 속에 밀접하게 파고들어 보고, 듣고, 말하는 모든 멀티미디어 산물에 그 영향력을 발휘하고 있다. 또한, 커뮤니케이션을 위한 새로운 문화코드로서의 역할을 하고 있다. 키네틱타이포그래피는 디지털시대에 커뮤니케이션을 효과적으로 전달하는 중요한 그래픽 소재 역할을 충분히 해내고 있다. 연구의 데이터를 통하여 키네틱타이포그래피의 특성과 그 표현의 제한적인 한계 및 배너의 특성을 개략적으로 수치화 하여 보다 심화된 키네틱타이포그래피 연구에 기초자료의 역할을 하고자 한다.

본 연구에서 키네틱타이포그래피의 기본적인 분석에서 효율적인 커뮤니케이션을 위해서 가장 빈도수가 높게 사용되어지는 디자인적 모듈이 형성되고 있음을 발견할 수 있으며 향후 세분화된 연구를 통하여 영상미디어 시대의 새로운 이슈를 제공하는 디자인 영역으로 확장되기를 기대한다.

Abstract

Current Kinetic Typography has been involved closely inside our life. Is displaying the effect in all multimedia result that see, and hear, and speak. Also, as new culture code for communication is acting role.

Analyzed Kinetic Typography's property and method of expression and characteristic of banner through data of this research. Through this, wish to act as pabulum of Kinetic Typography research deepened. Head of a family frequency for efficient communication found that module is formed design enemy who use high in fundamental analysis of Kinetic Typography in this research.

Wished to offer new issue of new media age through research atomized hereafter. And Kinetic Typography's communication expects to be magnified by design area and is studied.

I. 서론

1. 연구목적 및 배경

디지털로 위시되는 현대사회에서는 기존의 문화적 산물들이 새로운 미디어에 의해서 다양한 방법으로 그 역할을 확장하여 사회의 중요한 커뮤니케이션 방법으로 활용되어 진다고 할 수 있다. 이러한 것들 중에 타이포그래피도 예외는 아니다. 얀치홀트(Jan Tschichold)¹⁾ 타이포그래피에 의해서 이미 20세기 초에 타이포그래피의 활자로서의 의미에서 탈피하여 새로운 커뮤니케이션 방법으로 거듭남은 물론이며 키네틱아트(kinetic art)²⁾라는 20세기의 예술흐름과 맞물려 하나의 예술적 장르로 발전하게 되었으며 현재는 디지털 기술과 결합하여 한층 발전된 형태의 커뮤니케이션 전달 방법으로 변모되었다.



[그림 1] 얀 치홀트(Jan Tschichold)의 실험적 타이포그래피(Typography) 작품

키네틱타이포그래피는 우리의 생활 속에 밀접하게 파고들어 보고, 듣고, 말하는 모든 멀티미디어 산물에 그 영향력을 발휘하고 있다. 그 응용분야는 멀티미디어는 물론이며 인터넷, 광고, TV, 영화, 문학, 전시, 유니버설디자인 등 모든 사회, 경제, 문화적으로 사용되어 우리사회의 문화를 키네틱타이포그래피라는 효율적 커뮤니케이션을 통하여 시각적으로 대체하여 공유 할 수 있도록 활용하는데 큰 역할을 하고 있다. 키네틱타이포그래피는 이제 더 이상 하나의 문자로

1) [Jan Tschichold, 1902~1974]

독일의 타이포그래피 디자이너. 대형 타이포그래피를 창조하였으며 전통적 타이포그래피를 현대적 타이포그래피와 조화시킨 디자이너로서 20세기 그래픽디자인의 체계화에 주도적 역할을 함.

2) [kinetic art]

작품 속에 움직임을 표현하거나 움직이는 작품. 미래파나 다다이 예술운동에서 파생됨. M.뒤샹이 1913년에 자전거 바퀴를 사용하여 제작한 《모빌》이라는 조각이 시점. A.콜더의 일군의 모빌이나 J. 탕글리의 기계조각 등이 유명.

서 또는 예술의 한 장르나 표현의 단순한 방법 중의 하나로서가 아니라 커뮤니케이션을 위한 새로운 문화코드로서의 역할을 하고 있다.

이에 키네틱타이포그래피의 의미론적 사료의 검토를 통하여 디지털시대에 활용되는 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션을 위한 기초적인 연구조사가 필요하리라고 판단된다.

2. 연구방법과 범위

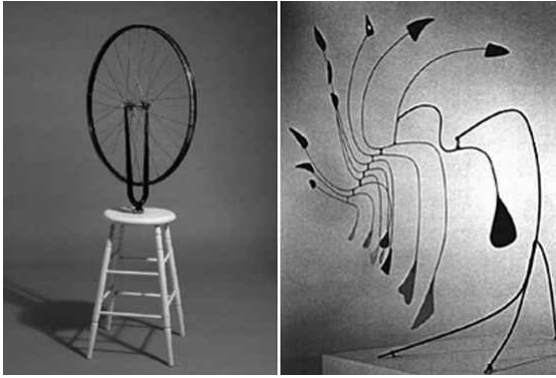
본 연구는 아트로서의 키네틱의 의미를 기반으로 하여 타이포그래피가 키네틱아트에 어떠한 방식으로 커뮤니케이션의 형태를 구축하였는지에 관한 이론적 연구를 기반으로 한다. 키네틱타이포그래피의 구체적인 연구 범위는 선행 이론적 접근을 근거로 한 연장선상에서 현재 우리가 흔히 접하고 있는 인터넷 배너광고를 중심으로 국내 유명 포털사이트 및 쇼핑몰 등에서 300여점의 한정된 배너샘플을 연구 사료로 수집하여 커뮤니케이션을 위한 디자인적 표현 방법을 중심으로 연구를 진행하고자 한다. 연구 제한점은 시각적 효과 부분을 중심으로 기본적인 모듈적 흐름을 연구대상으로 진행하는 관계로 음성(Voice)부분의 연구는 본 연구에서는 배제하였다. 연구의 데이터를 통하여 키네틱타이포그래피의 특성과 그 표현의 제한적인 한계 및 배너의 특성을 개략적으로 수치화하여 보다 심화된 키네틱타이포그래피 연구에 기초 자료의 역할을 하고자 한다.

II. 키네틱아트로서의 타이포그래피

1. 키네틱아트의 이해

키네틱(Kinetic)의 예술로서의 사전적인 의미는 ‘움직임의 미술’³⁾로 정의된다. 키네틱의 의미는 그리스어로 키네시스(Kinesis)와 동의어인 무브먼트(Movement)와 키네틱(Kinetic)과 동의어인 모빌(Mobil)이라는 뜻이다. 1913년 마르셀 뒤샹(Duchamp. M)이 자전거 바퀴를 사용하여 제작한 <모빌>이라는 조각을 시작으로 나움 가보(Naum Gabo)의 ‘키네틱 조각’이라는 작품 발표로 탄생한 키네틱 아트(Kinetic Art)가 예술의 반열에 오르는 계기가 되었으며 새로운 타이포그래피의 가능성을 표출하며 등장하게 되었다.

3) www.kr.dic.yahoo.com 움직이는 미술(~ art)



[그림 2] 키네틱아트 작품

왼쪽: Bicycle Wheel, 뒤상, 1913, 뉴욕근대미술관

오른쪽: Little Spider, 알렉산더 칼더, 1940, 뉴욕필스화랑

키네틱 아트는 19세기 말 산업혁명 이후 기계화문화 등이 이루어지면서부터 그 역사적 근거가 시작된다고 할 수 있다. 바우하우스(Bauhaus) 운동 이후 예술은 1차, 2차세계대전을 통하여 다양한 미술사적 족적을 남겨왔다.

다다이즘(Dadaism)과, 초현실주의(Surrealism), 입체파(Cubism), 미래파(Futurism)등의 미술사적 흐름은 문명의 비판의 도구로서 기계 등을 활용하여 예술작품에 오브제(Objet)로 이용하였다. 특히, 큐비즘에서는 정적인 것에서 벗어나서 동시성이라는 것을 이용하여 다양한 무브먼트를 예술에 접목시키는 활동을 하였다. 이러한 예술활동의 형태는 구성주의와 함께 타이포그래피에서 키네틱이라는 개념을 낳게 하는 근간이 되었다.

키네틱아트에서 나타난 키네틱 타이포그래피의 시작이 될 수 있는 중요한 역할을 한 작가로는 알프레드 키메니(Alfred Kemeny)와 모홀리 나기(Moholy-Nagy)가 있으며 이들은 형태의 기본적인 것에서 움직임을 강조하여 키네틱적 사고방식으로 전환되는 계기를 만들었으며 이후 다양한 미술 분야에서 키네틱아트 작품이 탄생하게 되었다.

1960년대의 키네틱아트는 오브제를 위시하여 다양한 작품대상의 접근을 시도하였으며 70년대와 80년대를 거치면서 비디오아트, 홀로그램 등 모든 미디어에 그 영역을 넓히는 작업들이 이루어졌다. 또한 그 예술의 소재의 다양성은 물론이고 키네틱아트를 이용하여 문화적 활동들이 주류를 이루었다.

현재는 키네틱아트의 범위가 인간이 사는 환경까지

그 범위가 확대되어 가는 추세이다.

2. 타이포그래피의 키네틱적 접근

타이포그래피란 용어는 '타이포스(Typos)'라는 그리스 말에서 비롯되었다. 초기 타이포그래피의 의미는 인쇄로서 문자의 의미를 전달하는 것을 의미하였으나 산업혁명 이후 근대 개념의 타이포그래피로 인식되고 있다. 인쇄에서의 의미에서 디자인적인 의미로 그 의미가 확대된 것이다.



[그림 3] 네빌브로디(Nevil Brody)의 키네틱타이포그리피(Kinetic Typography)

그래서 타이포그래피는 활판인쇄술이라 번역되듯이 활자를 사용해서 조판하는 일과 조판을 위한 식자의 배치, 활판인쇄, 인쇄된 것의 체재 등을 원칙적으로 뜻하는데, 활판인쇄술 또는 그 표현을 대표하는 말이기도 하다. 최근에는 문자의 배열상태를 칭하는 경우가 많고, 나아가서는 레이아웃이나 디자인 등을 의미한다.⁴⁾ 타이포그래피는 전통적인 가독성이 좋아야 한다는 관념에서부터 미적으로 하나의 예술로서도 인식되어진다.

타이포그래피의 연구자 폴 랜드는 활자를 랩 타이포그래피(rap typography)라고 부르기도 하여 문자를 음악에서 사용되는 리듬과 음률로 나타내기도 하였다. 타이포그래피의 상관요소는 실제적인 시각요소에 영향을 끼치는 외적 요소를 말하는데 이는 주변요소

4) www.100.naver.com

에 영향을 받는 방향성과 물리적 고유 위치와 상대적인 위치로 나뉘는 위치적 요소, 그리고 형이 자리 잡는 시각적 바탕이 되는 공간과 중량, 타이포그래피 도형으로 그 상관관계가 성립된다.

Element	Feature
media	screen, monitor, internet, etc.
expression	sound and character expression
space	sight and hearing are included
moving	Screen that move
environmental	multi-media, film, etc.

[표 1] 키네틱타이포그래피의 특징

타이포그래피의 키네틱적 접근은 타입(type)에 디자인적 모티브를 적용하고 이에 덧붙여 공간과 시간, 움직임, 사운드 등을 추가하여 키네틱타이포그래피를 창조하기에 이르렀다. 키네틱타이포그래피는 [표1]에서와 같은 특징을 가지고 있다. 미디어는 스크린과 모니터 등을 위시한 영상출력 매체가 그 대부분을 차지하며 표현요소로는 사운드와 디자인적 표현의 요소를 가지며 공간적으로는 보기와 듣기를 포함한 시청각의 요소를 지니고 있다. 또한 움직임을 갖고 있으며 구현환경은 영화나 멀티미디어 등에서 활용되어진다.

이렇게 키네틱타이포그래피는 이전의 타이포그래피가 활자나 언어만을 전달하는데 그치지 않고 소리와 이미지를 전달하는 새로운 시각적 전달 매체로 사용되고 있다. 이러한 이유로 타이포그래피와 키네틱타이포그래피의 가장 큰 차이점은 후자가 가상공간 속에 구현되는 3차원적인 공간을 사용하며 소리를 이용한다는 데 있다.

3. 디지털과 키네틱타이포그래피의 유형

디지털 환경에서의 키네틱타이포그래피는 기본적으로 그 표현에 있어서 타이포그래피의 표현요소인 점(point), 선(line), 면(plane), 부피(volum)를 포함한다. 이러한 기본적인 타이포그래피의 표현요소에 더해 키네틱타이포그래피만의 표현요소를 더해야 한다.

표현원리(Expression principle)
억양(intonation)
어조(tone of voice)
크기(scale)
왜곡(distortion)
선, 형, 심벌(line, space, symbol)
회전(rotation)
근접(proximity)
그룹핑(grouping)
리듬(rhythm)
템포(tempo)
지속과 휴지(duration pause)

[표 2] 키네틱타이포그래피의 표현원리

[표2]에서와 같이 11가지의 표현 원리를 가지고 있다. 억양(intonation)은 키네틱타이포그래피에서 가장 중요한 요소로서 다양한 감정 등을 표현하는데 없어서는 안될 기법이다. 어조(tone of voice)는 청각적인 음성을 시각적으로 표현할 수 있는 도구이다. 크기(scale)는 글자와 단어사이의 공간적 관계에 영향을 미친다. 왜곡(distortion)은 표현이 풍부한 이미지로 변하기 때문에 흥미로운 시각효과를 갖는다. 선, 형, 심벌(line, space, symbol)은 키네틱타이포그래피를 보완하는 요소이다. 회전(rotation)은 활자를 안정성에서 벗어나게 하여 다양한 감성과 에너지를 표현할 수 있다. 근접(proximity)은 글자와 단어, 행에 부여된 거리를 말하며 시각적 관계와 문맥의 기능을 강화하는데 사용된다.



[그림 4] 키네틱타이포그래피의 표현 유형

그룹핑(grouping)은 글자나 단어들을 그룹화하는 방법으로 요소들 간의 시각적 하모니를 이룰 수 있는 일치(consonance)와 팽창적 개념과 혼돈을 표현하는 불일치(dissonance)의 원리가 있다. 리듬(rhythm)은 자연스럽게도 아름다운 움직임을 느끼게 하는 시각

적 울동을 말한다. 템포(tempo)는 각 단어들 사이에 주어지는 지속시간을 의미하며 이를 다루어서 사람의 심리와 감성에 많은 영향을 줄 수 있다. 지속(duration)은 타이포그래피가 나타나고 존재하는 시간을 의미하며, 휴지(pause)는 단어나 구가 출현했던 사이의 시간적 길이를 의미하여 이 둘은 시퀀스의 리듬과 페이스를 확립시키는 역할을 한다.

III. 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션

1. 키네틱타이포그래피의 표현 요소

키네틱타이포그래피를 표현하는데 이론적 근거를 확립한 카네기멜론대학의 수구루(Suguru Ishizaki)교수는 커뮤니케이션과 인터랙티브디자인 등의 시각디자인적 작업들을 연구하면서 키네틱타이포그래피를 시각화하는데 많은 연구와 실험을 하였다. 그는 키네틱타이포그래피의 연구를 위해 심리학에서 사용되는 RSVP(Rapid Serial Visual Presentation)⁵⁾ 개념을 채용하여 이론을 정립하였다. RSVP는 문장을 읽는 것보다 단어 하나하나를 읽는 것이 문장을 이해하는데 보다 빠른 인식을 할 수 있다는 것이다.

기존의 방법으로 문장을 읽으면 사람의 눈의 위치와 방향은 계속 이동하여야 하는 불편함을 보여주지만 RSVP 방법으로 표현된 문장을 보면 사람의 시선이 움직일 필요 없이 고정되어 있으며 키네틱타이포그래피가 주도적으로 사람의 문장 읽는 속도 등을 관찰할 수 있게 되며 그 타이포그래피에 대한 감정적인 느낌까지도 주도면밀하게 조정할 수 있게 되는 것이다. 여기에 사운드 까지 추가되면서 기존의 텍스트 형식에서는 상상할 수 없었던 다양한 효과 및 감정을 표현할 수 있게 되는 것이다. 몇 가지 정리된 그의 이론은 [표3]과 같다.

RSVP 기반의 표현방법	
a	단순할수록 좋다.
b	기존에 갖고 있는 성격을 과감히 탈피하여라
c	고정된 텍스트를 움직여라
d	월트디즈니 방식을 배워라
e	소리를 듣고 자신의 느낌을 표현하라
f	리듬을 갖고 춤추게 하라
g	여백을 통해 생각 수 있는 휴식을 주어라
h	고정된 텍스트를 반복하지 마라

[표 3] 수구루 교수의 키네틱타이포그래피 표현 규칙

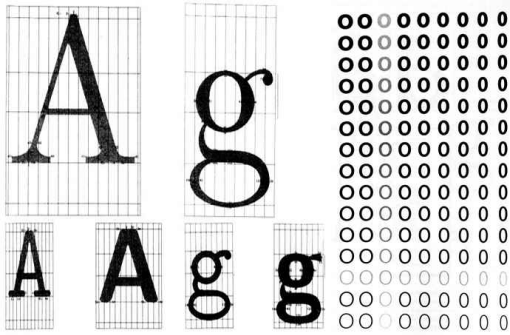
PSVP 기법 다음으로 두 번째로 형태의 시간적 특징(Describing Temporal Forms)이 있다. 키네틱타이포그래피의 시간적인 흐름은 다양한 척도에 의해서 실험하고 연구되어진다. 이를 위해 분류법(Method)이라는 척도를 사용하였는데 이는 형태적 차원의 변화와 형태적 차원의 사용, 외부 정보의 사용, 그리고 지속 시간으로 나뉜다. 분류법은 시간 속에 나타나는 함수의 변화를 의미하며 이 모두가 키네틱타이포그래피의 다양한 시퀀스에 맞추어서 움직이게 된다.

시퀀스는 하나의 단어를 이어주는 역할을 하기도 하고 또는 독립된 자체로서의 시퀀스 역할을 하기도 한다. 시퀀스는 반복적으로 변화되는 결과는 단어를 통해 기록되며 반복되어지는 말은 항상 같은 결과를 낳고 말은 계산에 의해 생성되며 반복 또는 연산에 의해 만들어지는 말은 다른 말에 의해 변할 수 있다. 키네틱타이포그래피의 표현은 디자이너가 명확한 그 흐름을 미리 계획해 놓고 여기에 계획된 시간과 공간 그리고 시퀀스와 사운드 등을 고려해서 종합적으로 제작하여야 한다. 그리고 어조와 목소리(Tone of Voice)가 있다. 이 부분은 기존의 타이포그래피가 갖고 있는 한계점을 분명 확대해 주는 역할을 하고 있다. 어조(Pitch)와 크기(Loudness), 박자(Tempo), 운동(Motion), 감정(Emotion)등을 활용하여 타이포그래피만이 갖고 있는 한계를 뛰어넘어 새로운 감성으로 다가갈 수 있는 키네틱타이포그래피를 표현할 수 있다. 또한 인물과 성격(Character/Personality)을 설정해 주어야 한다. 텍스트디자인의 다양한 시각적 패턴을 형상화 하여 여러 가지 감정 및 이미지 등을 연출하여야 한다. 이를 표현하기 위하여 먼저 다양한 성격을 규정하여 보는 사람들로 하여금 인지(Recognition) 할 수 있는 방법을 열어 두어야 한다. 이러한 인지단계는 어떠한 소리나 이름 그리고 행동 등에서 문화적인 선입관을 통하여 보는 이로 하여금

5) RSVP(Rapid Serial Visual Presentation)

이 기법은 스크린에 다음 단어로 넘어 가기 몇 분의 일초 동안 단어를 중앙에 표시한다. RSVP는 속도를 위한 방식으로 사용돼 왔으며 화면에서 한 번에 한 단어씩 읽는 것이다.

새로운 이미지로 부각되어 나타낼 수 있는 것을 의미한다. 이러한 것을 일관적으로 적용하여야 그 캐릭터가 인지되어지는 것이다.



[그림 5] 돈 쿤트(Don Knuth's)의 메타폰트 프로젝트(METAFONT project) : Glyph Design

인지와 함께 친화의 느낌을 갖게 하고 보는 이의 주관적인 접근의 공간을 만들어 주는 정렬화(Alignment)가 필요하다. 이는 시공간적 흐름을 하나의 일관되게 표현하는 방법으로 필수불가결한 요소이다. 정렬화와 같은 의미의 일관성(Allegiance) 또한 그 의미는 매우 크다고 하겠다.

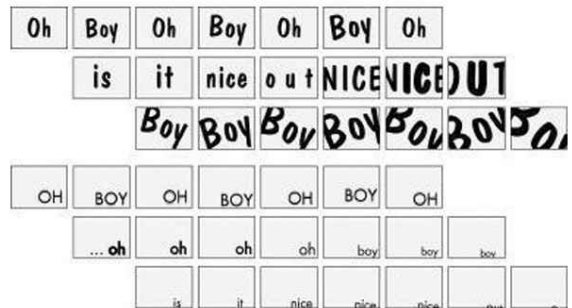
마지막으로 리듬과 독서(Rhythm & Reading)를 다루어야 한다. 리듬은 키네틱타이포그래피를 접하는 방식에서 매우 중요한 부분을 차지한다. 다양한 음악적 리듬을 통하여 보는 이는 시간적 리듬과 공간적 리듬 그리고 청각적 리듬을 경험하게 되고 이 리듬을 통하여 감정을 표현할 수 있다. 독서는 타이포그래피를 사람이 인지할 수 있는 최소한의 시간적 개념을 알고 있어야 하며 또 공간적 개념 또한 인지하게 할 수 있는 데이터를 기반으로 하여야 한다. 이는 단순히 순간적으로 보여 지기 위한 키네틱타이포그래피를 위함인지 아니면 텍스트로서의 타이포그래피의 기능을 우선시 할 것인지에 대하여는 디자인을 하는 작가의 몫이지만 키네틱타이포그래피를 표현하기 위해 기획 전 단계에서 반드시 짚고 넘어가야 할 부분이다.

2. 커뮤니케이션을 위한 키네틱타이포그래피

키네틱타이포그래피는 인터넷 상에서 효과적으로 커뮤니케이션 할 수 있는 대안으로서의 역할을 충분히

해내고 있다. 인터넷상에서 시각커뮤니케이션의 중요함은 인간의 감각 중 가장 뛰어난 시지각을 이용한 서비스를 한다는 점에서도 잘 나타나 있다. 인터넷 서비스의 대부분은 텍스트와 이미지로 이루어져 있다. 인간의 시각은 차별화 되어있고 복잡한 부분을 찾아다니는 시각적 유희를 가지고 있으며 가장 예민한 감각기관중의 하나이다. 인간은 기호나 문자를 사용하기 이전에 이미 그림으로써 커뮤니케이션을 해왔다. 고대 동굴벽화들이 그 예이며 그 후로 많은 도구를 개발하고 활용하면서 시각매체의 비약적인 발전으로 사진, 인쇄와 같은 대량 복제시대를 거쳐 오늘날과 같은 컴퓨터 통신망을 이용하는 정보매체로 발전하게 되었다.⁶⁾ 이렇게 현대 사회에 있어서 커뮤니케이션의 의미는 새로운 정보전달의 매체인 미디어를 활용하여 상호 인터랙션 할 수 있는 정보전달의 공유를 의미한다.

키네틱타이포그래피의 명확하고 효과적인 커뮤니케이션을 위하여 내용의 논리성이나 조직력을 이해하여야 함은 물론이고 미디어의 애니메이션 방법 또한 가독성이 가능한 범주 내에서 연구되어야 한다.



[그림 6] 커뮤니케이션을 위한 키네틱타이포그래피 표현 과정

6) 한관성, 인터넷 방송에서의 시각 커뮤니케이션 활용을 위한 디자인 연구, 원광대학교 산업대학원, 2002, p.8



[그림 7] UCC 배너광고의 키네틱타이포그래피 애니메이션

키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션을 위한 미디어는 미디어의 융합에 따른 총체적 커뮤니케이션의 실현과 비동시성과 비매스화(de-massification)의 경향성과 인터랙티브 미디어의 특징인 상호작용성의 영향을 받는다.

또한 커뮤니케이션 자체의 기능을 위한 구성요소로는 텍스트(Text)와 이미지(Image), 사운드와 애니메이션(Sound & Animation), 인터랙션(Interaction)등의 커뮤니케이션 소재들을 이용하여 제작되어진다고 할 수 있다.

오늘날의 정보는 텍스트만이 아닌 이미지와 이 둘의 인터랙션을 통하여 메시지가 전달된다. 이러한 이유로 마셜맥루한(Marshall McLuhan)은 "미디어는 메시지다(the medium is the message)"⁷⁾라고 말하여 미디어는 단순히 정보의 전달하는 하나의 매개체 기능뿐만 아니라 차체가 하나의 문화 코드라는 것을 암시해 준다.

IV. 사례분석

1. 사례조사 대상 및 방법

본 연구는 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달 방식에 대한 기초적인 이론적 근거를 증명할 기본 통계를 조사할 목적으로 현재 국내에서 운영되고 있는 유명 포털사이트(네이버, 다음, 야후, 애플스, 파란) 5곳과 국내 유명 쇼핑몰(GSshop, CJmall, Hmall, Interpark, Auction) 5곳에서 게시되어 광고되고 있

7) Mashall McLuhan, Understanding Media : The Extension of Man, MIT Press, 1994, p.7

는 키네틱타이포그래피에 포함되는 배너만을 선정하여 각각 무작위로 30점의 한정된 배너샘플을 연구 자료로 수집하여 총 300점을 연구 기초자료로 이용하였다.



[그림 8] 연구 대상 배너광고의 키네틱타이포그래피 사례

이를 본 연구를 위해 분류되어진 키네틱타이포그래피의 장면전환효과분석(Transfer Effect), 이동방향분석(Moving Direction), 정렬방식분석(Array Way), 타이포그래피위치분석(Sentence Location), 타이포그래피문장수분석(Number of Word)를 단순 100분위 마킹법을 활용하여 실시하였다.

2. 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달방법 분석

키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달을 위한 디자인과 애니메이션 표현방법과 함께 문장과 구를 출현시키는 과정을 영상과 시각적 효과를 중심으로 하여 IV-1장에서의 방법으로 분석된 키네틱타이포그래피의 결과를 요약하여 아래 [표 4]와 같은 결과를 얻었다. 아래의 내용은 커뮤니케이션 구조에서 화면의 표현 방법에 대한 분석을 중심으로 나타낸 것이다.

Transfer Effect									
fade									
tweening									
iris-in									
wipe-out									
dissolve									
Moving Direction									
from left to right									
from right to left									
from top to bottom									
from bottom to top									
diagonal line									
right and left									
top and bottom									
Array way									
left array									
center array									
right array									
both array									
asymmetry array									
Sentence location									
left portion									
right portion									
top portion									
bottom portion									
center portion									
whole screen									
Number of word									
1 word									
2 word									
3 word									
4 word									
5 word									
Percent(%)	10								100

[표 4] 인터넷 배너 키네틱타이포그래피 커뮤니케이션을 위한 기본 모듈 통계 분석

1) 장면전환효과분석(Transfer Effect)

키네틱타이포그래피에서의 애니메이션 효과는 연구 서두에서와 같이 타이포그래피에 생명력을 불어 넣는 기본적인 요소이다. 이의 분석에서는 아이리스(iris-in)효과가 약 40%정도의 점유율을 지니고 있어서 아이리스 효과의 기본인 화면의 중간에 작은 원의 영상이 나타났다가 점점 커지면서 화면을 가득 채우는 기법이나 이와 반대되는 기법이 가장 많이 활용되었음을 알 수 있다. 두 번째로는 트위닝(Tweening)기법이 약 30%정도의 점유율을 보이고 있다. 나머지는 화면이 처음에 어둡다가 점차 밝아지는 페이드(Fade)효과와 한 장면이 화면 한쪽으로 사라지면서 뒤이어 다음 장면이 나타나며, 극적인 상황에서 긴장감을 살리면서 장면전환을 하는 와이프(Wipe)효과 그리고 장면을 바꿀 때 하나의 화면이

서서히 사라지면서 그 위에 다음 화면이 천천히 나타나는 기법인 디졸브(Dissolve)효과 등이 10%대의 점유율로 표현되고 있다.

2) 이동방향분석(Moving Direction)

키네틱타이포그래피의 이동방향은 개략적으로 좌에서 우로 또는 위에서 좌로, 위에서 아래로 나타나는 것이 각 20~30% 대를 유지하여 가장 많은 빈도수를 나타내었다. 이는 대부분의 사람이 문자를 읽는 시각 방향에 일치하는 경향성을 보이고 있다. 나머지 이동방향은 아래에서 위로, 대각선 방향, 좌우독립형태, 상하독립형태 등으로 타이포그래피의 애니메이션이 진행되지만 각 10%대의 미미한 점유율을 나타내고 있다.

3) 정렬방식분석(Array Way)

배너라는 공간상의 특수상황에 기인하여 정렬방식에서는 중앙정렬(Center array)방식이 40%대의 가장 높은 점유율을 보이고 있다. 이는 작은 공간에서 키네틱타이포그래피를 표현할 수 있는 영역에 많은 제약이 있음을 보여준다고 할 수 있다. 특히 이러한 상황은 상기의 연구과정에서 언급되었듯이 PSVP기법을 위주로 하여 배너의 키네틱타이포그래피가 제작되어야 하는 주요 요인으로 분석된다. 나머지는 양쪽정렬(Both array)과 비대칭정렬(Asymmetry Array)이 좌측정렬(Left array)과 우측정렬(Right Array)에 대비하여 20%대 정도의 점유율을 보이고 있어 일반적으로 예상되는 키네틱타이포그래피의 정렬방식과는 차이점을 보여주고 있다.

4) 타이포그래피위치분석(Sentence Location)

키네틱타이포그래피가 나타나는 위치분석에서는 중앙부분(Center Portion)이 60%대가 넘는 절대적인 양상을 나타내고 있다. 이 또한 인터넷 안에서 공간적인 제약이 있는 배너라는 특수상황에 그 원인이 있다고 판단된다. 문장이나 구의 애니메이션위치가 상, 하, 좌, 우 등의 위치를 점유하고 있으면 문자를 인식할 수 있는 가독성 부분에서 많은 어려움이 있을 것이라고 판단된다. 표에서와 같이 나머지 상하좌우(Left, Right, Top, Bottom portion)와 전체화면(Whole screen)은 모두 10%대의 미미한 점유율로 결과가 나타나고 있다.

5) 타이포그래피문장수분석(Number of Word)

키네틱타이포그래피에 있어서 문장의 수는 보다 효

울적인 커뮤니케이션을 위하여 얼마만큼의 구와 절을 표현하는 것이 가장 전달력이 강한지에 대한 결과를 나타낼 수 있는 중요한 요인으로 판단된다. 본 분석에서는 단어의 수가 2~4개가 20~30% 대의 높은 점유율로 나타나고 있다. 이를 통해서 키네틱타이포그래피의 효과적인 텍스트에 대한 정보전달은 한 개 이상에서 네 개 이하의 단어의 조합이 그 전달력을 한층 높여주는 영역으로 판단된다. 너무 짧은 단어의 출현은 보는 이로 하여금 생각할 시간적 여유를 줄이는 반면 너무 많은 단어의 나열은 깊은 키네틱타이포그래피에 있어서 깊은 감정적 표현과 이성적 표현에 있어서 다소 제약점이 있는 것으로 판단된다. 상기의 분석을 통하여 키네틱타이포그래피의 영상으로서의 연출방법과 텍스트로서의 표현방법은 대부분 정적이며 추론 가능한 일반적인 방법의 연출이 주류를 이루고 있음이 분석된다.

V. 결론

키네틱타이포그래피는 미술사에서 찾을 수 있는 키네틱아트라는 예술적 가치를 기본으로 하여 출발하였지만 새로운 미디어와의 결합으로 다양한 커뮤니케이션을 표현할 수 있는 디지털시대의 중요한 예술 표현 수단이며 효과적인 커뮤니케이션을 전달 할 수 있는 중요한 디자인적 이슈의 한 부분을 담당하고 있다.

본 연구에서의 키네틱타이포그래피의 커뮤니케이션 전달 방법연구에서 상기 분석과 같이 장면전환효과 분석(Transfer Effect), 이동방향분석(Moving Direction), 정렬방식분석(Array Way), 타이포그래피위치분석(Sentence Location), 타이포그래피문장수분석(Number of Word) 등의 기본적인 분석에서 키네틱타이포그래피의 효율적인 커뮤니케이션을 위해서 가장 빈도수가 높게 사용되어지는 디자인적 모듈이 형성되어 있음을 알 수 있다.

향후, 본 연구의 기본적인 분석에서 시간(Time)의 배열과 감성과의 상관관계 및 과 음성(Sound)에서의 음률과 커뮤니케이션 전달과의 상관관계 등의 기초연구가 진행되어야 한다고 판단된다. 이를 통하여 세분화된 복합적인 시공간 표현을 위한 키네틱타이포

그래피의 커뮤니케이션 구조연구와 시공간, 감각, 인지 등을 종합한 다각도의 커뮤니케이션 전달 모듈연구를 통하여 키네틱타이포그래피의 정보전달 방법을 체계화 하여 영상미디어 시대의 새로운 이슈를 제공하는 디자인 영역으로 확장되기를 기대한다.

참고문헌

- 1) 한관성, 인터넷 방송에서의 시각 커뮤니케이션 활용을 위한 디자인 연구, 원광대학교 산업대학원, 2002, p.8
- 2) 김윤진, 20세기 타이포그래피에 나타난 네오모더니즘 현상에 관한 연구, 한양대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2004.
- 3) 임승일, 효과적인 커뮤니케이션을 위한 무빙 타이포그래피에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2004.
- 4) 신청우, 키네틱타이포그래피 분석, 기초조형학연구 Vol.4.No.2, 2003. p.283~289.
- 5) 엄기준, TV광고에 나타난 무빙 타이포그래피의 유형에 관한 연구, Design Forum, Vol.12. 2005. p.65~76.
- 6) 고재성, Motion Prototype Module & moving Element 분석, 디지털디자인학연구, Vol.10, 2005. p.312~317.
- 7) Mashall McLuhan, Understanding Media : The Extension of Man, MIT Press, 1994, p.7