

신문디자인에 나타난 타이포그래피의 트렌드 변화 연구
- 국내 일간지 중심으로 -

A study on the change of typographical trend in newspaper design
(Focused on the Korean newspaper)

주저자: 김용철 (Kim, Yong Chul)

우송대학교

논문요약

Abstract

I. 서론

1. 연구 목적 및 배경
2. 연구 방법과 범위

II. 신문디자인일반론

1. 신문디자인의 개념
2. 신문디자인의 요소

III. 신문디자인의 타이포그래피 요소

1. 서체
2. 글줄
3. 그리드시스템

IV. 트렌드 변화 분석

1. 타이포그래피 트렌드의 변화
2. 신문디자인의 신경향

V. 결론

참고문헌

(Keyword)

Typography, trend, Grid System, Newspaper Design

논문요약

정보전달의 기능적 측면에 의해 자유로운 시각적 표현에 제약이 많았던 신문디자인에도 변화가 일어나고 있다. 신문을 위협하는 다양한 온·오프라인 미디어의 등장으로 신문의 내용뿐만 아니라 신문의 디자인에 대한 개선이 필요하게 된 것이다. 진보·보수등 신문사가 가진 특징이 다름에도 불구하고 이러한 특징을 표현하는 시각적 독창성(Identity)을 찾아볼 수 없었다. 시대적 위협등과 같은 여러 요인에 의해 신문디자인에도 새로운 트렌드가 나타나고 있는데, 타이포그래피적인 측면에서 신문디자인에 나타나고 있는 트렌드 변화를 분석한다.

국내일간지를 중심으로 과거의 신문부터 현재의 신문까지 연도별로 샘플을 추출하여 서체, 문단, 그리드시스템 등 타이포그래피적인 요인 중 변화하고 있는 요소를 도출해 트렌드 변화를 분석한다. 또한, 과거의 신문에서는 찾아볼 수 없었던 새로운 트렌드 요인을 찾아 분석한다.

Abstract

Newspaper design, whose free visual expression was restrained due to an emphasis on a functional aspect of information conveyance, is changing. The improvement both on content and design became an inevitable necessity due to an emergence of on and off line media, which seems to threaten the existence of traditional newspaper. So far, despite the existence of fundamental characteristic differences between conservatives and progressives, no visual uniqueness (Identity) could have been found. However, with the emergence of factors like unconventional threats, unprecedented trend in newspaper design is appearing. Given the circumstances, we begin the analysis on the changing trends of newspaper design from the perspective of typography.

More specifically, the analysis focuses on annual samples on domestic magazines from past to present that allows the observers to see the changing factors in the typographic factor such as text, paragraph and the grid system. Also, the analysis searches for factors in new trend that could not be found among past newspapers.

I. 서론

1. 연구목적 및 배경

정보전달의 기능적 측면이 주를 이루던 신문디자인에 나타난 일련의 디자인적 변화들은 신문을 읽는 세대의 변화, 다양한 미디어의 등장 등 새로운 시대상을 반영하고 있다. 새로운 세대를 위한 신개념의 신문내용이 등장하고 다양한 미디어에 대응하기 위한 읽는 신문에서 보는 신문으로의 전환은 신문이 가진 기능적 측면에 조력하는 소극적인 디자인 형태에서 신문의 선택을 결정하는 요소로서 작용하는 역할을 담당하게 될 디자인적 측면의 변화를 요구하고 있는 것이다. 일간지들은 새로운 디자인을 창출하고 이를 통해 아이덴티티(Identity)를 형성하기 위해 많은 노력을 기울이고 있고 이중 타이포그래피적인 측면에서도 이러한 성과들이 나타나고 있다. 신문 서체의 경우에는 기존 서체와 완전히 다른 탈네모꼴의 서체가 등장하였고 그리드시스템 역시 보는 신문이란 컨셉에 맞추어 단 간격이 넓어져 전체적으로 여유로운 지면구성을 제공하고 있으며, 광고형태의 다양화를 통해 유기적인 지면구성이 가능해 졌다.

이러한 신문디자인의 타이포그래피 트렌드 변화를 국내 일간지중 중앙 일간지와 지방일간지를 선정하여 변화상과 새로운 트렌드를 도출하고 이를 비교·분석함으로써 향후 경쟁력 있는 신문디자인을 창출하는데 조금이나마 기여하고자 하는데 연구의 목적이 있다.

2. 연구방법과 범위

본 논문은 국내 신문디자인에 나타난 타이포그래피의 트렌드 변화 분석 논문으로 국내 일간지 중 중앙 일간지인 조선일보와 중앙일보 그리고 지방일간지인 대전일보를 중심으로 이들 신문을 1980년부터 5년단위로 무작위 선택하여 비교 분석한다. 트렌드 변화를 파악할 수 있는 인자를 선정하고 이를 3개신문사, 5년단위로 분석하여 변화의 정도를 수치로 표현한다. 또한 현대 신문에 나타난 트렌드 변화를 파악하기 위해 국내 일간지의 타이포그래피적인 주요 변화요인을 파악하여 소개한다.

II장 신문디자인 일반론에서는 신문디자인의 일반적 개념과 요소를 정리한다. 신문에서 표현되어지는 디자인적 요소의 정리를 통해 신문디자인 요소의 유형과 기능, 표현을 연구한다.

III장 타이포그래피의 요소에서는 타이포그래피의 구성요소중 신문디자인에 나타난 요소들을 정리한다. 타이포그래피의 요소정리는 통해 또한 요소별 개념, 유형, 기능을 연구한다.

IV장 트렌드 변화 분석에서는 3개 일간지를 5년단위로 무작위 선별하여 조사한 내용에 대해 분석하고 신문디자인의 새로운 트렌드를 연구한다.

V장 결론에서는 IV장 트렌드 변화 분석의 결과를 토대로 신문디자인에 나타난 타이포그래피의 트렌드 변화를 도출하고 신문디자인을 위한 가이드라인(Guide Line)을 제시한다.

II. 신문디자인일반론

1. 신문디자인의 개념

1.1 신문디자인의 일반적 개념

‘신문디자인’은 영국의 신문학자 알렌 허트(Allen Hutt)가 집필한 저서의 제목으로 사용되면서 그 개념이 정립되었고, 1960년대 미국 신문의 지면개혁 움직임과 맞물려 그 중요성이 부각되었다. 신문디자인이란 내용 즉, 신문의 기사를 효과적으로 독자에게 전달하기 위한 시각화를 일컫는다. 매일 새로운 신문을 내놓아야 하는 시간적 한계와 많은 양의 기사를 읽기 편하게 배치해야하는 기능적인 측면 때문에 편집 디자인을 포함한 다른 어떤 시각디자인분야 보다도 자유로운 디자인의 한계를 내포하고 있는 분야이기도 하다. 이러한 제약들은 내용의 효과적인 전달이라는 명제의 해결을 위해 많은 노력들을 수반하게 되었고 타이포그래피의 대명제중 하나인 ‘가독성’ 개선에 많은 공헌을 하였다.

디자인(design)의 어원인 프랑스어 데생(desin), 라틴어의 데지그나레(designare)는 모두, 조형활동에 대한 계획을 의미하며 기계설계에서부터 회화와 조소에 이르기까지 말 할 수 있으나, 근래에 와서는 새로운 조형정신과 미의식에 따른 합목적적인 조형의 구체

적 계획을 의미한다. 형태미와 기능미의 일치, 무리없는 변화와 조화, 정직한 형태, 정직한 표현 등이 이루어질 때 비로소 성공적인 디자인이 탄생하게 된다. 이러한 미의 향상성이 내재되어 있는 디자인의 여러 가지 원리를 알아본다면 디자인에는 독창성(Originality)과 시각적 만족이 있어야 한다. 그리고 변화(Variety)와 단순성(Simplification)과 조화성(Harmony)등이 적절히 있어야 한다.¹⁾

디자인은 역사와 함께 시작된 광범위하고 복잡한 개념이라 할 수 있다. 이러한 디자인에 대한 체계적 분류를 위한 논의가 이루어지고 있는데 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

공간적 분류 : 평면디자인, 입체디자인, 공간디자인

산업별 분류 : 공업디자인, 상업디자인, 건축디자인

인간·사회·자연의 대응관계별 분류 :

커뮤니케이션디자인(인간과 사회), 제품디자인

인(인간과 자연), 환경디자인(사회와 자연)

목적별 분류 : 시각디자인, 공예디자인, 산업디자인

이상의 분류방법으로 신문디자인의 디자인적 위치를 규정해 보면 평면디자인, 상업디자인, 커뮤니케이션디자인, 시각디자인에 속한다.²⁾

하지만 이러한 기능적 분류만으로는 신문디자인의 속성을 정확히 파악할 수 없다. 평면디자인, 상업디자인, 커뮤니케이션디자인, 시각디자인에 속하는 편집디자인(Editorial Design)의 한 분과로도 분류된다. 때문에 신문디자인 역시 다른 여타 디자인과 마찬가지로 신문의 기능성을 먼저 고려한 후에 심미성을 추구해야 한다. 이렇듯, 신문디자인은 정보를 효과적으로 전달하고 신문의 가치와 철학을 표현하는 디자인이다.

1.2 뉴미디어시대의 신문디자인

온·오프라인이라고도 표현되는 현대의 미디어는 정보의 전달을 위한 유일한 수단이 인쇄매체(Print Media)였던 시대에는 상상할 수 없었던 다양한 미디어를 창조해 냈다. 하루가 다르게 새로운 미디어가

등장하고 미디어들 간의 통합 또한 자유로워 미디어의 미래상을 예측하기란 실로 어려운 일이 아닐 수 없다. 또한, 다양한 미디어에 의한 영상문화의 보편화는 글을 읽는 문화에서 그림을 보는 문화로 전환되는 계기를 마련하였다. 이러한 무한경쟁속에 놓여진 신문은 읽는 신문이 아닌 보는 신문으로서의 변신을 꾀하고 있고 이러한 과정에서 기존 신문디자인에서는 찾아볼 수 없었던 디자인 요소들을 지면에 반영하고 있다.

새로운 미디어들 속에 놓인 신문디자인의 위치상을 반영하여 신문디자인에 대한 개념을 정의해 본다면, 기존 신문디자인의 개념보다는 그 범위가 포괄적으로 나타난다. 즉, 뉴미디어시대 신문디자인의 개념에는 과거에 존재하지 않았던 각 일간지의 '인터넷판' 디자인 그리고 잡지 디자인을 방불케 하는 '주말 섹션'등의 특별판을 포함한 개념이 되어야 할 것이다. 뉴미디어시대의 신문디자인은 다양한 미디어에 걸쳐 정보를 보기 좋고 읽기 편하게 시각화하고 신문의 가치와 철학을 표현하며 독자의 구매욕구를 충족하는 디자인이다.

2. 신문디자인의 요소

2.1 판형

판형은 신문의 형태를 의미한다. 즉, 가로와 세로의 길이를 말하는데, 우리나라의 주요 일간지들은 국민일보를 제외하고 대부분 같은 판형을 유지하고 있다. 해외의 신문판형 분류를 살펴보면 다음과 같다.

대판(블랭킷판)형 : 375 * 595mm

베를리너판형 : 315 * 470mm

컴팩트판형 : 285 * 400mm

타블로이드 : 대판의 절반

우리나라 주요일간지의 판형은 395 * 545mm로서 해외 신문 판형 분류에 대입하면 대판형보다 가로가 길고 세로가 짧은 형태를 취하고 있다.

국민일보의 판형은 345 * 576mm로서 기존신문에 비해 폭이 좁고 세로로 길쭉한 형태를 취하고 있다. 이

1) 권상구, "기초디자인"1999, 미진사, 10p

2) 성시환, "신문디자인개혁을 위한 아트디렉터의 역할 연구", 2002, 중앙대학교 대학원, 12~13p

는 해외 선진판형을 도입한 사례인데, 이에 대하여는 IV장 트렌드 변화 분석에서 논하겠다.

2.2 타이포그래피

타이포그래피의 의미는 사전적으로 ① 활판을 사용해서 조판하는 일, ② 조판을 위한 식자 배치, ③ 활판 인쇄, ④ 인쇄된 것의 체제를 뜻한다.³⁾

하지만, 디자인에서 정의하는 현대적인 의미의 타이포그래피는 ‘글자를 소재로 하는 디자인’을 일컫는다.⁴⁾

디자인에서는 글자를 소재로 하는 일련의 디자인을 의미하는 포괄적인 뜻으로 해석되는데, 서체를 선택하고 문단을 구성하며 판형에 맞게 그리드시스템등을 활용하여 이를 배치하는 기술을 의미한다.

글자가 주가 되는 신문디자인의 경우에는 다른 디자인분야보다도 타이포그래피가 차지하는 비중이 높다. 제호를 포함한 서체의 형태는 신문의 이미지를 창출하는 주요한 요소로서 작용하고 문단을 세로로 구분하는 그리드시스템에서 단(Colum)의 수에 따라 신문의 시각적 첫인상이 다르게 표현된다. 신문의 가로쓰기가 보편화 되면서 타이포그래피의 중요성은 더욱 커지고 있다.

2.3 레이아웃

효과적인 정보전달과 시각적 아름다움을 표현하기 위해 지면에 기사, 일러스트레이션, 사진이미지, 선등과 같은 구성요소를 여백과 함께 적절하게 배치하는 작업을 레이아웃이라 한다.

신문디자인의 레이아웃은 상대적으로 많은 글을 효율적으로 정리해야 하는 특성상 그리드시스템(Grid System)과 모듈러 디자인(Modular Design)을 적극 도입하여 사용하고 있다. 이에 대해서는 III장 타이포그래피의 요소에서 설명하겠다.

2.4 정보그래픽

정보그래픽은 글, 그림, 그래픽의 구성을 통해 의미를

도해하거나 구조와 과정을 이해하기 쉽도록 구성하는 설명적 그림으로 표현되는 커뮤니케이션의 수단이다. 신문 지면상의 그래프, 도표, 지도, 상황도, 날씨정보에 사용되는 각종 아이콘 등 신문디자인의 정보그래픽은 신문의 시대적응성 및 세련미를 표현하는 중요한 요소로 작용한다.

2.5 일러스트레이션

일러스트레이션(Illustration)은 어떤 의미와 내용을 시각적으로 전달하기 위해 사용되는 삽화, 사진, 도안을 일컫는다. 읽는 신문에서 보는 신문으로의 전환이라고 표현되는 현대의 신문디자인에서 글이 아닌 시각적 요소로서 그 중요성이 부각되고 있다. 신문에서는 기존에 사용되던 삽화나 만화 뿐만 아니라 사진 합성을 사용한 새로운 기법의 일러스트레이션이 등장하고 있다.

2.6 여백

편집디자인의 중요한 요소로 작용하는 여백(White Space)은 신문디자인과 같이 장문의 글을 사용하는 경우 원칙에 의한 통일감있는 여백의 부여를 통해 가독성을 극대화할 수 있는 요소이기도 하다.

2.7 선

신문디자인에서 선은 단(Colum)사이의 구분을 보다 명확하게 해주는 세로선과 기사간의 구분 또는 기사와 광고사이의 구분을 위한 가로선 및 박스형태의 선등이 주로 사용되고 있다. 선의 두께, 형태, 색을 적절히 변형하여 사용하면 개성 있는 신문디자인이 가능하다.

2.8 색

과거 지면 중 일정면에만 색을 사용하던 것이 현대에 이르러 대부분의 중앙 일간지들이 모든 지면에 색을 사용하는 경우가 있을 만큼 색의 사용이 보편화 되었다. 따라서 색에 대한 중요성 역시 부각되고 있는데, 아직은 다른 디자인분야에 비해 색을 적극적으로

3) 두산백과사전, <http://www.encyber.com>

4) "신문편집", 한국 편집기자협회, 2001, 124p

으로 활용하지는 않고 있다. 신문의 독창성표현을 위해 주조색을 선정하여 컬러아이덴티티(Color Identity)를 통한 이미지 자산구축을 이루는 등의 노력이 필요하다.

III. 신문디자인의 타이포그래피 요소

1. 서체

서체는 글자의 모양과 양식 또는 품격을 일컫는 말이다. 같은 글의 경우에도 그 목적이나 취향에 따라 다른 모양의 글자를 쓰게 되는데 이러한 글자의 모양을 서체라고 표현한다. 또한, 글씨가 지닌 기운이나 운치등을 표현하기도 하는데 글자의 모양보다는 글씨의 품격을 고려하게 된다.⁵⁾

서체는 자유롭게 디자인되는 것이 아니라 의미전달을 위해 글자의 형태가 갖추어야 되는 일정한 원칙을 지켜가면서 디자인되어야 하므로, 다양한 서체의 변화 속에도 원칙이 존재한다. 영어의 경우 크게 세리프의 있고 없음에 따라 세리프체(Serif)와 산세리프체(San-Serif)로 구분되고 역사적 유형에 따라 올드스타일(Old Style), 과도기체(Transition), 모던(Modern), 슬라브세리프(Slab Serif), 산세리프(San Serif)로 나누어 볼 수 있다. 서체의 개발 배경에는 얼마나 쉽고 편하게 읽을 수 있는가의 가독성과 시각적 흥미를 불러 일으킬 수 있는 심미적인 요인이 동시에 존재한다. 서체 유형 분류의 가장 중요한 요소인 세리프 역시 여러 개의 글자가 하나의 줄을 이룰때 세리프들이 일정한 수평선상에 위치하면서 시각적 기준선을 만들도록 의도된 것으로서 독서의 수평흐름을 향상시켜주고 낱글자를 더 빨리 식별할 수 있도록 도와준다고 생각되어져 왔다. 하지만 이러한 세리프가 오히려 독서의 흐름을 방해하므로 세리프가 없는 산세리프의 경우가 더 가독성에 도움이 된다는 주장이 제기되고 있다. 적절한 서체의 선택을 위해서는 서체의 가독성(Legibility), 미학(Extheitics), 적합성(Appropriateness)이 고려되어 져야한다. ① 가독성(Legibility)은 얼마나 글자를 쉽고 정확하게 읽을 수 있는가의 문제인데, 이는 단순히 글자의 크기에 의해서보다는 글자꼴 디자인의 문제인 경우가

많다. 서체의 올바른 선택 후에도 서체의 형태에 맞는 짜임과 배치가 수반되지 않으면 가독성을 실현할 수 없다. ② 미학(Extheitics)의 경우 어떠한 디자인이 더 아름다운가에 대한 객관적인 기준은 없지만, 서체는 수세기에 걸쳐 확립된 타이포그래피적인 기준이 존재한다 할 수 있으므로 서체의 선택 시에는 디자인이나 개인의 취향이나 경험 뿐만 아니라 이러한 미학적 기준을 고려해야 한다. ③ 적합성은 독자와 기획의도에 적합한 서체의 선택을 의미한다. 독자의 경우 가독능력이 떨어지는 연령대를 위해서는 단순한 활자체를 큼직하게 사용하는 것이 적합할 것이다. 6) 서체는 본문용서체와 제목용서체로 크게 나누어 볼 수 있는데, 본문용서체는 우리나라 신문의 경우 9.5포인트 안팎의 크기로 구성되어 있고 제목용 서체에 비해 가독성이 강조된다. 제목용서체는 우리나라 신문에서 고유서체를 개발하여 사용하는 경우를 제외하고는 대부분 기본적인 고딕체와 명조체만을 사용한다. 또한, 1면의 톱기사 제목은 거의 모든 신문이 고딕체를 사용하고 있으며 제목용 서체에 비해 심미성이 강조되므로 상대적으로 장평 및 자간등을 임의로 조정하여 사용하고 있다.⁷⁾

2. 글줄

하나의 글자가 모여서 만들어진 시각적 선을 의미하는 글줄은 그 안에 신문디자인의 이미지를 결정하는 변화요소를 내포하고 있는데 글자와 글자사이의 간격, 글줄과 글줄사이의 간격이 그것이다.

글자와 글자사이의 간격이 좁으면 지면이 어두워지고 간격이 넓으면 밝아지는데, 좁은 경우에는 글자의 식별이 어려워지고 넓은 경우에는 사이 간격으로 인해 독서의 흐름에 방해를 받게 된다. 글자와 글자 사이의 간격은 미세한 차이지만 신문전체 지면에 파생되는 변화의 폭은 커지게 되고 이는 신문이 이미지를 결정하는 중요한 요소가 된다. 신문디자인의 경우 보통의 가로쓰기보다 한 치수 좁혀진 자간이 가독성을 높여 준다는 연구결과가 있다.⁸⁾

6) James Craig, William Bevington 지음, 문지숙 옮김 "Designing with type", 2002, (주)안그래픽스 112p

7) 정효진, "우리나라 신문디자인에 관한 연구", 2003, 성균관대학교 디자인대학원, 57~61p

8) 안상수, "한글타이포그래피의 가독성에 관한 연구", 1980, 홍익

5) 두산백과사전, <http://www.encyber.com>

글줄과 글줄 사이의 너비는 독서의 난이도를 결정하는 중요한 요소이다. 글줄 사이가 좁으면 줄들이 서로 결합되어 보여 독서의 흐름을 방해하게 되는데, 특히 고딕체는 글줄 사이를 뿔뿔하게 구성하면 명조체보다도 더 가독성이 떨어진다.⁹⁾

3. 그리드 시스템

그리드시스템의 그리드(Grid)는 사전적 의미로 동일하게 주어진 좌표를 수직과 수평으로 나누는 망이라고 할 수 있는데, 글줄의 단을 나누기 위한 수직컬럼과 사진 등 이미지의 크기를 결정하기 위한 수평 공간이 적절하게 나누어져 그리드를 이루게 되는 것이다. 이러한 그리드를 사용하여 지면을 구성하는 방식을 그리드 시스템이라 일컫는다. 그리드 시스템은 디자인의 기획단계에서 한번 설정하고 나면 중간에 바꿀수 없는 성질을 지닌다. 기사의 성격과 구성방식에 대한 철저한 계산없이 단순히 디자이너의 취향에기 초한 즉흥적인 그리드 시스템을 구성한다면 그리드 시스템안에 내용을 적절히 배치할 수 없는 치명적인 오류를 범할 수 있다.¹⁰⁾

우리나라는 국민일보(6단 체제)를 제외한 모든 신문이 7단 체제를 운영하고 있다. 단사이의 간격은 5~6mm로 전반적으로 비슷하고 한국일보만 7mm로 약간 넓은 편이다.¹¹⁾

IV. 트렌드 변화 분석

1. 타이포그래피 트렌드의 변화

1.1 연구의 방법

국내 일간지 중 중앙일간지인 조선일보와 중앙일보 그리고 지방일간지인 대전일보를 중심으로 이들 신문을 1980년부터 5년단위로 무작위 선택하여 비교 분석한다. 트렌드 변화를 파악할 수 있는 인자를 선정하고 이를 3

대학교 대학원

9) Jan Tschichold 지음, 안상수 옮김, "타이포그래픽 디자인", 1993, (주)안그래픽스 56p

10) Thmothy Samara, "Making and Breaking the Grid", 2002, Rockport Publishers, Inc, 24p

11) 정효진, "우리나라 신문디자인에 관한 연구", 2003, 성균관대학교 디자인대학원,80p

개신문사, 5년단위로 분석하여 변화의 정도를 수치로 표현한다. 선택한 표본 신문은 [표 1]과 같다.

신문명	표본명	신문발행일
조선일보	조선1985	1985년 4월 17일
	조선1992	1992년 2월 16일
	조선1996	1996년 3월 10일
	조선2000	2000년 2월 24일
	조선2005	2005년 3월 9일
중앙일보	중앙1985	1985년 2월 10일
	중앙1990	1990년 4월 9일
	중앙1995	1995년 9월 6일
	중앙2000	2000년 8월 7일
	중앙2005	2005년 5월 10일
대전일보	대전1987	1987년 10월 12일
	대전1991	1991년 1월 30일
	대전1998	1998년 10월 19일
	대전2002	2002년 12월 21일
	대전2005	2005년 5월 2일

[표 1] 표본 신문

트렌드 변화분석을 위한 인자로는 ①단위면적당 글자수의 변화, ②일면 기사의 수 변화, ③글자의 크기 대비 변화, ④여백의 크기 변화를 선정하였다. 변화 분석의 과정에서 기본적으로 1980년대의 신문부터 분석을 시행하고 필요에 따라 가로짜기 조판 이후의 신문으로만 분석을 시행한다. 향후 분석의 과정에서는 각각의 표본에 대해 [표 1]의 '표본명'을 사용한다.

1.2 단위면적당 글자수의 변화

단위면적당 글자 수의 변화를 파악하기 위해 가로 50mm, 세로 100mm의 사각형안에 포함된 글자의 수를 조사한다. 각각의 표본에서 5개의 값을 도출하고 그 값들의 평균값을 작성한다. 오차의 최소화를 위해 본문에 문단변경으로 인한 여백이 있거나 숫자, 영어 및 특수기호가 들어간 부분을 배제하고 순수한 한글로 이루어진 영역을 대상으로 조사한다.

신문명	표본명	단위면적당 글자의 수
조선일보	조선2000	103
	조선2005	96
중앙일보	중앙2000	110
	중앙2005	101
대전일보	대전2002	109
	대전2005	104

[표 2] 단위면적당 글자의 수

[표 2]에서 보는 바와 같이 3개 신문사 모두 2000년에 비해 2005년도의 신문에서 단위면적당 글자의 수가 적게 나타났다. 글줄의 간격과 자간, 장평등에 모두 변화가 있었고 3개 신문사중 조선일보가 단위면적당 글자의 수가 가장 적은 것으로 나타났다.

2000년대 조선일보와 중앙일보의 경우 조선일보는 1999년 10월 새로운 서체를 개발하였고 중앙일보는 2002년 9월 새로운 서체를 개발하여 ‘조선2000’은 새로운 서체 개발 후의 서체이고, ‘중앙2002’는 서체개발 전의 서체가 된다. 하지만 2005년도의 결과에서도 단위면적당 글자수에 있어 조선일보가 적게 나타난 것으로 조선일보가 전반적으로 타 신문에 비해 단위면적당 글자수를 적게 사용하는 것으로 판단된다.

1.3 일면 기사의 수 변화



[그림 1,2] 조선일보 1985년 4월 17일, 1992년 2월 16일



[그림 3,4] 조선일보 1996년 3월 10일, 2000년 2월 24일



[그림 5] 조선일보 2005년 3월 9일



[그림 6,7] 중앙일보 1985년 2월 10일, 1990년 4월 9일



[그림 8,9] 중앙일보 1995년 9월 6일, 2000년 8월 7일



[그림 10] 중앙일보 2005년 5월 10일



[그림 15] 대전일보 2005년 5월 2일



[그림 11,12] 대전일보 1987년 10월 12일, 1991년 1월 30일



[그림 13,14] 1998년 10월 19일, 2002년 12월 21일

1면의 기사 수는 [표 3]에서와 같이 줄어드는 추세를 보이고 있다. 과거 가로짜기 조판 이전의 신문들의 경우 1면이 주요기사 소개의 페이지로 인식될 만큼 기사당 내용을 적게 실는 대신 많은 수의 기사를 싣고 있고 많은 기사의 시각적 단계를 두기 위해 본문과 크기 차이가 거의 없는 작은 제목의 기사들이 분포해 있는 특성을 보이고 있다. 현대의 신문은 45개의 기사를 1면에 싣고 있고 가장 중요한 기사는 면의 좌측에 위치시키고 있다.

신문명	표본명	1면 기사의 수
조선일보	조선1985	10
	조선1992	6
	조선1996	6
	조선2000	6
	조선2005	4
중앙일보	중앙1985	8
	중앙1990	8
	중앙1995	6
	중앙2000	5
	중앙2005	5
대전일보	대전1987	8
	대전1991	5
	대전1998	5
	대전2002	5
	대전2005	5

[표 3] 1면 기사의 수

1.4 글자의 크기 대비 변화

글자의 크기 대비 변화는 제목서체의 크기가 변화는 추세를 파악하기 위한 조사로서 1면에서 가장 큰 제목이 본문서체보다 얼마나 큰지의 정도를 조사한다. 본문서체 한글자의 크기를 100%로 설정하고 가장 큰 제목서체 한글자의 크기를 백분율로 표시한다.

$$(\text{제목글자크기} * 100) / \text{본문글자크기}$$

신문명	표본명	글자크기 대비
조선일보	조선1985	10,932%
	조선1992	9,810%
	조선1996	10,079%
	조선2000	5,190%
	조선2005	6,235%
중앙일보	중앙1985	9,768%
	중앙1990	10,881%
	중앙1995	7,464%
	중앙2000	5,946%
	중앙2005	3,521%
대전일보	대전1987	10,564%
	대전1991	9,143%
	대전1998	7,231%
	대전2002	6,021%
	대전2005	6,741%

[표 4] 글자의 크기 대비

글자의 크기 대비는 가로짜기 전과 후로 확연하게 구분되는데 본 표본에서는 1998년 이후의 표본들이 가로짜기에 해당된다. 가로짜기 전의 신문들은 오른쪽 상단에 톱기사 제목을 위치시켰는데 현대의 신문보다 더 큰 제목을 음각의 형태로 위치시켰다. 제호의 크기와 비교해보면 가로짜기 이전에는 톱기사의 제목이 제호보다도 크게 표현되었고 현대의 신문은 톱기사가 대부분 제목보다 작게 표현되고 있다.



[그림 16] 조선일보 1985년 4월 17일



[그림 17] 중앙일보 2005년 5월 10일

1.5 여백의 크기 변화

여백크기의 크기는 지면의 여백들 중 단간격과 제목주변에 위치한 여백의 값을 합산한다. 1개의 표본에서 1면을 제외하고 광고의 크기가 같은 다섯면을 선택하여 지면타이틀과 광고부분을 제외한 나머지 지면의 여백값을 구한 후 평균값을 도출한다. 이 평균값을 신문의 전체면적 대비 백분율로 표시한다.

신문명	표본명	여백 비율
조선일보	조선1985	7.4%
	조선1992	6.5%
	조선1996	7.3%
	조선2000	11.7%
	조선2005	12.5%
중앙일보	중앙1985	7.1%
	중앙1990	7%
	중앙1995	6.8%
	중앙2000	10.3%
	중앙2005	11.6%
대전일보	대전1987	7.7%
	대전1991	7.6%
	대전1998	10.9%
	대전2002	12.3%
	대전2005	12.2%

[표 5] 여백의 비율

여백의 크기 역시 가로짜기가 시행된 이후 크기가 증가한 것을 확인할 수 있다. 가로짜기 조판이 시행된 이후 점차로 여백의 비중은 증가하고 있다. 제목주변의 여백이 증가하였고 단 사이의 간격이 커졌으며 전반적으로 기사의 배치에 여유를 두는 경향이 나타나고 있다.

2. 신문디자인의 신경향

2.1 판형의 변화

국내 일간지 중 국민일보는 2001년 1월 15일 판형을 USA투데이, 뉴욕타임스, 워싱턴포스트와 같은 345 *

576mm 타블로이드 판형으로 변경하고 지면을 울컬러로 제작하였다. 이 타블로이드 판형은 인쇄공학에 바탕을 두고 좌우 시선의 분산을 상대적으로 줄여 기사와 광고 등 지면의 전체적인 가독성을 크게 향상 시켰다. 또한 현대인의 감각을 대변함과 동시에 인구 집중화, 메트로폴리탄화 등 현대 사회의 흐름을 반영하고 있다.¹²⁾



[그림 18] 조선일보와 국민일보의 판형 비교



[그림 19] 국민일보 The New York Times의 지면구성 비교

같은 타블로이드 판형인 The New York Times와 국민일보의 지면구성을 비교해 보면 차이점이 나타난다. The New York Times의 경우 하단에 광고가 없어 광고에 구애받지 않고 전면을 디자인할 수 있다는 장점이 있는 반면 국민일보는 다른 국내 일간지와 마찬가지로 하단에 지면을 분할하는 통광고가 수록되어 있다. 또한 국민일보는 상단 제호 밑부분에 기사안내를 위해 지면을 할애하고 있어 결과적으로 기사가 차지하는 부분은 판형 변경 전과 달라진 것이 없다고 하겠다.

12) 국민일보, 2003년 12월 10일

2.2 서체의 변화

국내 일간지들은 고유의 서체를 개발해 사용해 오고 있다. 조선일보는 1999년 서체개발전문회사인 '산돌커뮤니케이션'과 함께 가로쓰기용 서체인 '조선일보명조'를 개발하였고 최근에 이 서체를 무료로 배포하는 마케팅 전략을 펼치고 있다. '조선일보명조'는 기존서체의 장평을 조정하여 가로쓰기에 최적화된 서체이다.¹³⁾

한겨레 신문은 2005년 10월 10일 한글날을 맞이하여 탈네모폴 서체인 한겨레결체를 무료로 배포하였다. 한겨레결체는 우리나라 최초로 신문에 사용된 탈네모폴 서체(그림 20)라는 의미를 지닌다. 아직 탈네모폴 서체의 가독성이 기존 네모폴 서체보다 뛰어난지에 대한 검증은 이루어지고 있지 않지만, 한글 가독성 향상을 위해 꾸준히 이루어져오던 탈네모폴 서체에 대한 연구의 중요한 업적이라 할 수 있다.



[그림 20] 탈네모폴서체 '한겨레결체'

2.3 광고판형의 다양화

우리나라 신문의 하단을 차지하던 통광고는 지면이 펼쳐보이게 하고 광고를 포함한 자유로운 신문 레이아웃에 커다란 걸림돌이 되어 왔다. 최근에는 다양한 판형의 광고들이 등장함으로써 특히, 신문 1면의 디자인 개선에 크게 공헌하고 있다.[그림 21]



[그림 21] 새로운 광고판형을 이용한 신문지면 구성사례

광고 판형의 다양화로 인해 신문 레이아웃의 구성시 그

13) 조선일보 홈페이지, <http://font.chosun.com/>

리드시스템의 구성이 용이해 졌다. 통광고를 제외한 부분에만 한정되어 적용되던 그리드 시스템이 이제는 광고를 포함한 지면 전체에 적용될 수 있게 된 것이다. 이를 통해 전반적인 신문디자인의 통일성과 가독성이 증대되었다.

V. 결론

신문의 단위면적당 글자 수가 적어지고, 일면기사의 수 또한 적어지고 있으며, 여백이 늘어나고 있다. 이러한 변화요소들은 급변하는 시대상에 발맞추기 위한 신문디자인의 자연스러운 변화로 볼 수 있고, 새로운 서체의 개발, 광고판형의 다양화 등은 시대를 앞서가기 위한 노력으로 평가할 수 있다. 하지만 이러한 변화의 요소들이 아직은 소극적인 변화에 지나지 않을 수 있다. 그만큼 독자들의 라이프스타일은 하루가 다르게 변하고 있기 때문이다. 지면을 가득채운 톱기사의 제목을 사용하고 신문의 두 페이지에 걸쳐 기념사진만을 수록하는 영국 일간지 가디언(Guardian)의 경우처럼 신문디자인에 극적인 요소를 대폭 반영하는 시도가 필요하다고 판단된다. 현대의 신문은 급변하는 시대조류에 부흥하는 새로운 발전방향을 모색하고 있다. 뉴미디어시대가 도래하고 읽는 문화가 아닌 보는 문화에 익숙한 세대가 등장하면서 국내뿐만 아니라 해외에서도 신문의 전반적인 지면 개선을 통한 디자인적 혁신을 꾀하고 있다. 변화하는 라이프스타일에 부흥하는 신문을 만드는 일은 단순히 신문디자인의 개선만으로는 불가능 한 것이다. 프랑스의 일간지 리베라시옹(libération)이 구독료를 그대로 둔 채 지면을 두 배로 늘린 후, 판매부수가 급감하여 지면수를 원래대로 되돌린 사례나 아르헨티나의 신문 AS가 프리사(Prisa)그룹에 인수된 후 디자인개선과 함께 지면을 대폭 감소시켜 판매부수가 급증한 사례가 주는 시사점은 읽는 문화에서 보는 문화로의 전환에 대처하기 위해서는 단순히 보기 편한 디자인 및 판형의 제공 차원이 아니라 보는 문화에 익숙한 독자를 위해 지면이 줄어들 만큼 신문기사 역시 짧아져야 한다는 것이다. 보는 신문은 기사의 길이가 상대적으로 줄어들어야 하고 신문디자인 역시 긴 신문기사의 효율적 배치를 위한 엄격한 그리드 시스템의 구성보다는 작은 지면에 배치되는 상대적으로 짧은 신문기사의 효율적인 배치를 위한 새로운 원칙을 도입해야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 최아영, 아르하임(R. Arnheim)의 ‘시각적 사고’로 본 글자책 타이포 일러스트레이션의 교육적효과에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2005
- 2) 정의섭, 시각정보전달로서의 다이어그램에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2005
- 3) 윤미진, 신문1면 레리아아웃의 선호 유형에 관한 연구, 한국주관성연구학회, 통권, 제12호, 2006. 6
- 4) 이기성, 신문출판디자인에서 한글타이포그래피에 관한 기초연구, 출판문화학회 제13권, 제1호, 2005
- 5) 정효진, 우리나라 신문디자인에 관한 연구, 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2003
- 6) 한윤경, 신문편집의 시각적 독창성과 효과적 기사 전달을 위한 지면디자인 연구, 상명대학교 예술·디자인대학원 석사학위논문, 2005
- 7) 정인성, 신문 판형 디자인이 신문 평가 및 열독태도에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문, 2005
- 8) 성시환, 신문디자인개혁을 위한 아트디렉터의 역할 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2002
- 9) 안상수, “한글타이포그래피의 가독성에 관한 연구”, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1980
- 10) Jan Tschichold 지음, 안상수 옮김, “타이포그래픽 디자인”, 1993, (주)안그라픽스
- 11) Thmothy Samara, “Making and Breaking the Grid”, 2002, Rockport Publishers, Inc
- 12) James Craig, William Bevington 지음, 문지숙 옮김 “Designing with type”, 2002, (주)안그라픽스
- 13) 권상구, “기초디자인”1999, 미진사
- 14) 한국편집기자회, “신문편집”, 한국언론연구원, 1991
- 15) 이베영·임준수·맹태균·한경석·강상대, “멋진 편집 좋은 신문”, 2001, 한올아카데미
- 16) 임준수, “신문을 아름답게”, 1998, 중앙 M&B