

한글 캘리그래피의 디자인적 특성과 여백의 관계성 연구

-전통주 라벨을 중심으로-

The Study of relationship between Korean 's design characters and the space

- Mainly about Traditional alcohol label -

이 하 립

한양대학교 시각디자인학과 박사과정

Lee ha-lim

Hanyang University

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경과 목적
- 1-2. 연구의 범위 및 방법

2. 전통주에 대한 일반적 고찰

- 2-1. 전통주의 원료별 특징과 현황

3. 캘리그래피와 여백의 관계

- 3.1. 여백의 의미
- 3.2. 여백의 조형미에 관한 고찰
- 3.3. 캘리그래피의 조형적 특성
- 3.4. 캘리그래피와 여백의 상관관계

4. 전통주 라벨 디자인에 나타난 캘리그래피와 여백의 상관 관계

- 4.1. 전통주 라벨디자인의 의미와 종류
- 4.2. 캘리그래피와 라벨디자인과의 관계성
- 4.3. 전통주 라벨에 나타난 디자인 요소 분석
 - 4.3.1. 디자인 요소 분석
 - 4.3.2. 문제점 도출 및 개선 방향

5. 결론

참고문헌

논문요약

타이포그래피는 상품에 대하여 소비자에게 짧은 시간에 각인시키고 정보전달을 하는 주요한 디자인 요소이다. 타이포그래피의 임무는 바로 마음속 생각과의 커뮤니케이션이고 작가가 전달하고자 하는 의도와 영감 그리고 상상력을 손상 없이 충실하게 전달하는 것이다.(Rob Carter, Ben Day and Philip Meggs, 1985) 시대상을 반영하기도 하며 프린팅이라는 수단을 통하여 지속적으로 파급효과를 지속시킬 수 있다. 따라서 현대적인 감각과 소비자의 만족도를 높일 수 있는 기능적인 역할을 동시에 수행하여야 한다. 타이포그래피의 표정에 따라서 패키지의 수준과 내용물의 성격이 표출되고 소비자에게 각인될 수 있는 아이덴티티(Identity)를 결정한다. 이처럼 타이포 그래피는 여러형태로 나타날 수 있는데 그 중 응용과 표현의 수단이 많은 캘리그래피는 쓰여지는 형태와 함께 공간(여백)감이 가지는 역할이 큰 요소이다.

본 연구의 목적은 첫째, 한글 캘리그래피의 조형성이 갖는 디자인적 요소를 파악하여 여백과의 관계성을 파악한다. 둘째, 한글 캘리그래피의 조형성을 통해 창작된 요소가 미학적, 조형적 특성이 시장에서 어떠한 영향력을 가졌는지 확인한다. 둘째, 캘리그래피와 여백의 조형적 특성뿐만 아니라 전통주 라벨디자인의 새로운 부가가치 브랜드를 창조할 수 있는 가능성을 제시한다. 이러한 전제를 통하여 전통주 시장에 라벨디자인의 특성이 캘리그래피와 그 속에 함께 내재된 여백의 조형적 요소를 세계화, 브랜드화로 연계되어질 수 있는 가능성을 제시 한다. 연구의 범위는 국내 전통주 라벨디자인 중에서 2010년까지 생산된 각 기업별 사례와 한글 캘리그래피를 중심으로 하였다. 연구의 방법으로는 문헌조사와 선행연구논문, 국내·외 라벨 디자인 사례를 비교 분석의 방법으로 연구하였다. 각 지역별, 디자인 조형요소별 특징을 융합하여 고유의 주류인 전통주 라벨디자인에 한글의 미(美)적 표현(캘리그래피와 여백의 관계성)을 더욱 극대화하기 위한 방안도 검토하였다. 이와 같은 분석을 통해 우리나라 고유의 전통주에서 디자인 소재가 지대한 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 전통주 라벨디자인에 캘리그래피와 여백이 적절히 배치 및 적용된 사례의 기대효과에 대해 연구하고 그 문제점과 개선방안을 제시하고자 한다.

주제어

여백, 전통주, 캘리그래피

Abstract

Typography also has power to spread out continuously by printing or mirror the times. Therefore, promoting a modern sensibility and customer satisfaction should be evenly active in function always. Identity which could be stamped on people's memory is determined and content character and package level is revealed by 'space expression. Likewise has many different types and calligraphy which has diverse type to express and apply with is mainly changed by applied forms and the space's role. Thus, it is true that the study about the independent and strongly inner-direction factor is less than it should be. The first purpose of this study is finding out what is relationship between design factors from Korean calligraphy's formativeness and the space.

Secondly, the purpose is finding out how the esthetic, formative factor which is born from the Korean calligraphy' formativeness could change a market. Thirdly, the purpose is presenting the possibility that could create new added value traditional label-design brand. In this circumstance, label-design' character show the possibility that calligraphy and the space formative factor in could be the bridge to globalization and brand. The range of this study covered each enterprise's case produced till 2010 among the domestic traditional alcohol label design and Korean calligraphy. The methods were mainly literature search, precedent studies, national international label-design case through comparative analysis.

The character by region and design formative factors was reviewed to maximize Korean letter's beauty; relationship between calligraphy and the space in the Korean traditional alcohol label-design.

Through this analysis, design matters could impact in large portion of Korean traditional alcohol industry.

I would like to share the issues and to suggest an improvement and study expected effect by optimized calligraphy and space in the traditional drinks.

Keyword

Marin(White Space), Traditional Wine, Calligraphy

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

우리나라는 유교 사상을 문화적 배경으로 발전해 왔다. 물질문명이 고도로 발달한 현대 사회에서도 전통문화의 요소는 여전히 중요한 문화적 가치임과 동시에 산업측면에서도 부각을 나타내고 있다. 그러나 이러한 사회성숙에서도 전통주는 외국술과 비교해도 경쟁력을 갖춘 우수한 고급술로 평가되고 있지만 양주를 선호하는 사회풍조 때문에 발전이 늦을 수밖에 없었다. 따라서 우리 전통주의 정통성과 그 문화를 대외적으로 알리는 것은 시급한 사안이다. 특히 상품을 알리는 포장디자인 중에서 라벨디자인은 상품식별과 정보전달의 중요한 역할을 맡고 있기 때문에 구매로 이어지는 유용한 수단이다. 라벨디자인은 다양한 제품군속에서 타제품과 차별화를 이룰수 있는 대표적인 시각적 요소이다. 그 범주안에 가용된 문자디자인은 서체의 선택, 어떤 단어와 문구를 강조할 것인지 그리고 그 글자를 어떻게 배열할 것인지 결정하는 하나의 과정이라고 볼 수 있다.(James Craig & William Bevington, 1999, p.97) 그 중에서 캘리그래피가 주는 부드러움과 자연스러움이 동양적 정서와 인간미를 많이 느낄 수 있기 때문에 국내외 소비자들에게 강한 소구를 할 수 있다. 캘리그래피가 인간의 맨손으로 시작되었지만 역사적인 발전을 거듭하면서 개성이 요구되는 오늘날의 사회적 분위기에 따라 다양한 도구의 사용이 이루어지고 있다. 작가의 개성에 따라 다른 형태의 캘리그래피가 나올 수 있다. 가령 붓은 형태와 굵기, 물의 농도에 따라 천차만별의 캘리그래피를 표현할 수 있다. 또한 이 같은 선으로 채워진 나머지 공간, 즉 여백과의 관계성도 간과할 수 없다. 따라서 본 논문은 우리나라 전통술 패키지의 라벨디자인에 나타나는 한글 캘리그래피의 여백을 분석 및 비교 연구를 통해 한글 라벨 디자인에서 차지하는 디자인적 요소로서의 중요성을 재검토하고자 하였다. 이는 전통주의 전반적인 디자인에 영향을 미침은 물론, 캘리그래피의 조형적 특징이 부각되어 부가가치가 높은 디자인적 요소임을 나타낼 수 있다. 더 나아가 우리나라 고유의 한글을 활용한 캘리그래피의 예술적 개성과 품격을 지닌 라벨 디자인을 개발함과 동시에 기반을 닦을 수 있다. 이러한 한글 캘리그래피에 관한 연구를 통하여 라벨디자인에 나타나는 문제점과 개선점을 도출 및 제안하였다. 첫째, 우리나라 라벨 디자인의 의미와 종류를 분석하고 한글 캘리그래피의 심미적 가능성을 제시하고자 한다. 둘째, 국내 전통주의 판매량을 객관적 사료를 제시하여 개발과 연구의

필요성을 강조하였다. 셋째, 전통주 라벨디자인에 캘리그래피와 여백의 적절한 배치가 적용된 사례를 적용시 나타나는 기대효과에 대해 연구하고 그 문제점과 개선방안을 제시하고자 한다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

연구범위는 국내 전통주 라벨디자인 중에서 상업적으로 출시된 제품부터 2010년까지 생산된 각 기업별 사례와 한글 캘리그래피를 중심으로 하였다. 또한 한글 캘리그래피와 여백의 조형적 분석을 위하여 디자인 조형요소로 구분하여 정리하였다. 디자인적 가치를 강화하기 위하여 해외에서 사용되는 라벨 디자인중에서 캘리그래피의 특징이 두드러진 사례도 제시하여 비교·분석하였다. 연구의 방법은 문헌조사와 선행연구논문, 국내·외 라벨 디자인 사례를 비교 분석의 방법으로 연구하였다. 각 지역별, 디자인 조형요소별 특징을 융합하여 고유의 주류인 전통주 라벨디자인에 한글의 미(美)적 표현(캘리그래피와 여백의 관계성)을 더욱 극대화하기 위한 방안도 검토하였다. 끝으로 라벨 디자인에서 정통성과 객관적 미를 이끌어 내어 보다 강력한 브랜드로의 가능성을 제시하였다.

2. 전통주에 대한 일반적 고찰

2.1. 전통주의 원료별 특징과 현황

전통주는 지역의 특정요소로 빚어지거나 제조방식에 있어서 계승과 발전을 꾸준히 이어온 특색있는 주류를 의미한다. 따라서 지역별 원료의 특성에 대한 고찰이 필요하다. 전통주는 크게 술의 형태와 제조방법, 부재료와 사용, 술 빛는 시기, 술 익히는 시간, 술 빛는 횟수 등에 따라 구분한다. 이러한 분류방식에 따라 현재 유통되고 있는 전통주의 원재료별 분류를 보면 약주, 청주, 과실주, 리큐르, 증류식 소주, 일반 증류주 등으로 나눌 수 있다.(보건복지부, 2009) 국세청에서 발표되고 있는 주류통계 중 전통주 관련 현황을 살펴보면 다음과 같다.

[표 1] 민속주 주류별·지역별 출고 현황_2009년¹⁾
(단위: kl, %)

지역	합계	탁주	약주	증류식 소주	일반증류주	리큐르	기타 주류
서울	-	-	-	-	-	-	-
인천	-	-	-	-	-	-	-
경기	107	-	54	53	-	-	-
강원	2	-	1	-	1	-	-
대전	-	-	-	-	-	-	-

총계	8	-	6	2	-	-	-
충남	403	-	364	-	8	31	-
광주	-	-	-	-	-	-	-
전북	51	-	4	-	-	47	-
전남	47	-	45	-	2	-	-
대구	-	-	-	-	-	-	-
경북	172	-	28	140	-	-	4
부산	190	190	-	-	-	-	-
울산	-	-	-	-	-	-	-
경남	9	-	9	-	-	-	-
제주	30	30	-	-	-	-	-

[표 2] 연도별 민속주 출고 현황²⁾ (단위: kl, %)

연도	출고량
2009	1,019
2008	1,019
2007	967
2006	901
2005	1,354

[표 3] 전통주 생산업체의 판매 문제사항³⁾

내용	비율(%)
신판매로 개척	23.1
전문인력 부족	-
운영자금 부족	23.1
제품홍보 및 광고	15.4
생산 규제(원료, 제조기법 등)	-
과조한 주세	-
기타	-
합계	100

위의 표를 살펴보면 전통주는 지역마다 출고량에 격차가 있고 매해 평균적인 소비량을 유지하고 있는 것을 알 수 있다. 전통주의 판매는 곧 디자인에까지 부가가치적인 영향을 일으킨다. 표-3은 디자인이 차지하는 상황과 방향성을 확실히 보여준다. 2002년 도표라는 것을 가만할 때 디자인의 부가가치가 높아짐에 따라 더욱 그 비중이 커짐을 짐작할 수 있다.

3. 캘리그래피와 여백의 관계

3.1. 여백의 의미

여백은 조형적으로 볼 때 동양에서는 형상 이외의 부분을 여백이라 하며, 서양에서는 행위가 가해진 상

1) 국세통계연보_국세청(2009 주세자료)

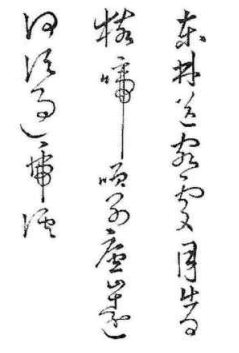
2) 국세통계연보_국세청(2009 주세자료)

3) 우리나라 전통주의 일본시장 진출방안 연구_미래농정연구원(2002)

태에 대해 가해지지 않은 부분을 여백이라 한다.(이우환, 2002) 동양에서는 형체보다 여백을 더 상위 개념으로 생각하는 반면 서양에서는 형체를 여백의 상위 개념으로 생각한다. 동양에서 말하는 형상과 여백은 분리되지 않는 유기적이며 상호보완적인 형태로 나타난다.

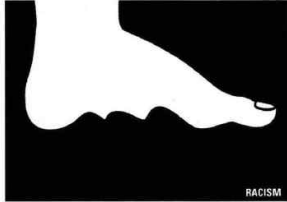
3.2. 여백의 조형미에 관한 고찰

여백은 개인적 성향으로 나타나거나 전체의 디자인 요소로 사용되기도 한다. 사전적의미와 편집디자인에서 사용하는 여백은 다른 의미로 쓰이고 있는데, 이것을 바로 알면 디자인을 함에 있어서 구성요소로서의 여백을 효과적으로 사용할 수 있다. 동양적 관점에서 여백은 보이지 않지만 형상을 조화롭게 하고 명확한 구분으로 기타 다른 형상을 나타내기보다 은유적인 방법으로 표현해내는 역할을 한다. 즉, 보이지 않는 형태로 보여지는 형태를 극대화시키는 역할을 한다고 볼 수 있다. 이것은 동양인의 정서에 지대한 영향을 미치는 것이며 곧 정신세계의 몰입정도가 여백이 크게 좌우한다고 볼 수 있다. 그림-1은 신사임당이 초서로 표현한 글체이다. 여기서 중앙의 ‘눈물’을 나타낸 한자의 세로획이 길게 내려온 것을 볼 수 있는데, 이것은 언어적 의미의 눈물을 회화적으로 길게 늘어뜨린 신사임당의 의도가 숨겨져있다. 자간 사이의 여백은 이렇듯 언어적 요소와 더불어 보이지 않는 언어의 전달까지 이루어 낼 수 있다. 그림-2는 인종차별을 위한 포스터로 하얀여백이 발을 상징하고 있고 발 아래 검은 이미지는 흑인을 상징하고 있다. 이처럼 여백은 직접적으로 형상을 만들기도 하지만 그 반대의 면에서 새로운 형상과 이미지를 나타낸다.



[그림 1] 신사임당의 글

여백은 평면에서 시각적 집중효과를 가져오며 공간감을 형성한다.이 같은 여백의 조형성은 전통주 라벨 디자인에서 큰 효과를 나타낸다. 동양적 문화 특성과 상품이라는 주



[그림 2] 인종차별 포스터

목성이 높은 소재가 접목되어 그 공간의 활용은 극대화될 수 있다.

[표 4] 여백의 조형적 특성

조형적 특성	예시
시각적 집중성	
공간감의 형성	
함축 효과	
확장 효과	

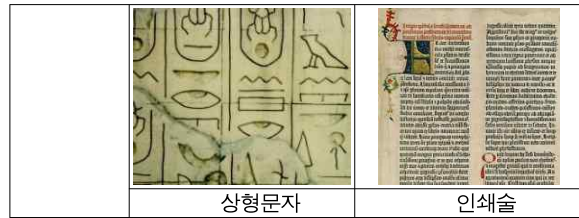
3.3. 캘리그래피의 조형적 특성

캘리그래피는 사전적 의미로 ‘아름답게 쓰다’이며 어원은 Kallos(beauty) + graphy, Kallos: 그리스어로 ‘아름답다’, graphy: ‘서법, 서필’을 의미한다. 이러한 사전적 의미 속에서 캘리그래피가 그 용어와 개념에 있어서는 각기 다르게 표현되고 있다.(이주연, 2007) 캘리그래피는 일반 서체와 달리 다양한 특징을 가지고 있다. 형태와 소리의미로 구성 되어지는 문자성과 실용적인 목적이라는 본질을 가진 상업성과 예술성 그리고 한 번에 써야하는 일회성이 있다. 캘리그래피의 본질은 변함없는 발견과 발전이 있고 일이 마무리 될 때마다 많은 기쁨을 얻을 수 있음에 있다.(Diana Hardy Wilson, 2002, p.176) 캘리그래피는 단순한 내용의 전달뿐만 아니라 이를 어떻게 표현해서 보여 줄 것인가가 중요하다. 따라서 캘리그래피의 주된 요소는 가독성 뿐만 아니라 글자가 가지고 있는 조형미와 거기서 표현되는 감성 혹은 이미지의 전달에 있다. 또한 글자는 한 번에 쓰는 것을 원칙으로 한다. 그림의

경우 나타내고자하는 대상을 보다 효과적으로 표현하기 위해 여러번에 걸쳐 붓으로 칠을 하거나 일정한 시간이 흐른뒤에도 다시 덧칠을 하는 작업이 가능하다. 하지만 글자에서는 그림과 같이 덧칠을 하는 행위를 꺼린다. 글씨에서는 재료와 표현기법 이외에도 작가의 심리상태에 따라 표현된 결과가 달라지는 일회성 때문이다. 캘리그래피의 이런 특성이 같은 문장을 몇 번을 써도 똑같지 않고 각 글씨마다 서로다른 개성을 지니며 다양한 표현을 표출할 수 있는 것이다.(이규복, 2008) 동양에서의 캘리그래피는 중국의 상형문자인 한자에서 기원된 서예라 할 수 있다. 한자는 중국에서 만들어진 문자로 원래 그림에서 발달된 상형문자(象形文字)이다. 한자의 외형 변화는 필서 재료의 변화를 통해, 예를 들자면 돌이나 뼈 또는 금속에서 비단이나 종이로 필기도구의 변화를 가져왔다. 즉 금속이나 대나무 펜에서 붓 등으로의 변화를 가져왔다.(박진희, 2004) 서양에서의 캘리그래피의 기원은 인간이 언어를 사용하고 기록하게 된 후 부터이다. 가장 큰 발전을 가져온 것은 중세시대의 수도원에서 종교적 믿음을 기록하는 책으로 제작함으로써 당시의 문화 및 교육 그리고 학문의 중심을 이루었다. 그후 산업혁명과 함께 인쇄의 발명과 활자 인쇄술의 발전으로 글은 더 이상 개성이 없는 생명력을 잃은 고정화된 철자로 바뀌었고 그러한 상황은 문자가 전달의 기능만을 하게 하였다. 이렇게 고정화된 글자에 생명력을 불어넣고 소리의 전달을 넘어서 감성을 표현하게 한것이 바로 캘리그래피이다. 글자꼴은 글자를 쓰는 도구의 영향을 직접적, 간접적으로 받게 된다. 서양인들은 주로 가늘고 긴 펜을 글씨 쓰는 도구로 사용했다. 서양의 캘리그래퍼들에게는 펜은 아주 위대한 도구였던 것이다. 반면 동양인의 전통적인 필기구인 붓은 흔적의 유연함, 힘의 강약과 표현이 자유로운 것이 특징이다.(Williams, 2002) 붓에 의한 질감은 여러 가지 종이의 종류에 의해 좀 더 미묘한 질감을 얻어낼 수 있는 데 가장 보편적인 것이

[표 5] 동서양의 캘리그래피의 기초

분류	캘리그래피의 기초	
동양		
	갑골문자	중국 한문(서예)
서양		



화선지의 먹 번짐이나 글씨의 굵고 가늘음 같은 강약에 의해 형태를 얻어내는 방법이고, 고르지 않은 지면을 통해 형태를 얻어내기도 하며 물의 농도에 의해 부드럽고 거칠음을 표현할 수 있다. 최근에는 디지털화로 컴퓨터를 이용해 기존의 다양한 서체들을 아름답고 자유롭게 수용하고 조합할 뿐 아니라 수정이나 다양한 기능을 제공하게 되었다. 컴퓨터의 장점은 정보의 질이나 양의 확대에 따른 경비절감 뿐만 아니라 인간과 기계와의 커뮤니케이션이 간편하고도 원활하게 이루어진다는 점이며, 나아가 인간의 창조성과 감

[표 6] 캘리그래피의 조형적 요소



각의 확대에 기여하는 큰 가능성을 가지고 있다는 점에서 중요성을 인정받고 있다. 캘리그래피는 일반적인 서체와 달리 정해진 일정한 틀보다 여백, 선, 도구라는 특성을 지닌다. 이것은 독특하고 다양한 이미지와 효과를 얻을 수 있다는 독특함에서 비롯된다. 캘리그래피는 선이 전체, 즉 형태로서 완성된다. 선에 의한 표현에서 리듬과 여러 가지 감정 표현을 담을 수 있다. 이러한 여백과 선을 구성하고 표현하는 것은 인간의 손과 손에 쥐여진 도구를 통해 완성된다. 도구들은 컴퓨터에 밀려 점차 사용이 줄어들고 있으나 캘리그래피에서 그 도구들은 최소성과 정신적 요소로서의 위치를 지니고 있다.

미래농정연구원(2002)의 발표에 따르면 캘리그래피는 일상적인 손 글씨, 서예, 전각, 부적, 그래피티, 문자도, 혁필화, 민화 등의 기존의 영역과 레터링, 로고, 타이포의 일부가 결합된 병합적 영역속의 공통 분모 요소인 독자적인 영역등에 이르기까지 활용분야는 점차 늘어나는 추세이다.

[표 7] 활용영역

서예(書藝)	글씨 등을 소재로 서사(書寫)하여 표현하는 조형적 선의 예술.
전각(篆刻)	인장은 주로 전서로 각을 하였기 때문에 전각이라고 하며 예부터인(印)은 신(信)이라고 하여 소유나 증명을 나타내는 것.

부적(府■籍)	종이에 글씨, 그림, 기호등을 그린 것으로 재앙을 막아주고 복을 가져다 준다고 믿는 주술적 도구.
그래피티(Graffiti)	그래피티(Graffiti)의 어원은 ‘긁다 긁어서 새기다’라는 뜻의 이탈리아어 ‘Graffito’. 스프레이로 그려진 낙서 같은 문자나 그림을 뜻하는 말
문자도(文字圖)	민화의 한 종류로 한문자와 그 의미를 형상화 한 그림꽃 글씨라고도 하며 한자 문화권에서만 볼 수 있는 독특한 조형예술로 한자의 의미와 조형성을 함께 드러내 조화 이루는 그림.
혁필화(革筆畵)	가죽 끝을 잘게 잘라 먹과 무지개 색깔을 묻혀글자를 쓰거나 형상을 그리는 것이며 가죽의 갈라진 틈 때문에 서체의 흰부분이 거칠고 분방하게 드러나는 글씨풍. 자획의 유연하고 멋들어진 필체와 색깔 등 탁월한 디자인 감각이 돋보이는 우리의 타이포 그래피 유산.
민화(民畵)	조선 시대의 민예적인 그림. 정통 회화의 조류를 모방하여 생활 공간의 장식을 위함 또는 민속적인 관습에 따라 제작된 실용화를 말함.
레터링(Lettering)	문자 및 문자를 그리는 모든 행위 오늘날의 디자인 용어. 일반적으로 디자인의 시각화를 위해 그려진 문자.
로고타입(Logotype)	회사나 제품의 이름이 독특하게 드러나도록 만들어 상표처럼 사용되는 글자체. 병합적 영역(레터링, 로고타입, 일부 문자)은 기존의 영역(일상적인 손글씨, 전각, 서예, 부적, 그래피티, 문자도, 혁필화, 민화)등을 좀 더 폭넓게 이해되는 영역으로서의 확대에서 나온 것.

4. 전통주 라벨 디자인에 나타난 캘리그래피와 여백의 상관 관계

4.1. 전통주 라벨 디자인의 의미

라벨이란 상품이 판매될 때 내용물의 정보를 전달하는 매체로서, 내용물의 성격과 원산지 등을 알리기 위한 단순하고 실리적인 필요에서 그 사용의 유래를 찾아볼 수 있다. 라벨의 사전적 의미는 용기나 상품에 부착된 종이 조각이나 기타 물질로, 그 위에 상품과 연관된 설명, 디자인이 인쇄되어 있으며 드럼과 자루, 병과 유리, 용기 등에서 별도로 미끄러운 종이 조각 등으로 용기나 상품 위에 직접 인쇄된 상품에 연관된 설명이나 디자인으로 정의할 수 있다.(최충식, 2001) 이렇게 라벨 디자인은 문자 및 도형 매체가 통합된 내용이 인쇄되어 기본적인 상품의 정보는 물론

감정을 상대방에게 전달하고 구매 동기를 유발할 수 있는 직접적인 접촉이 가능한 소통의 작용이 원활한 매체라 할 수 있다. 이처럼 라벨은 상품의 설명과 의미의 전달 외에도 그로인한 상품의 품질에 대한 판단에 큰 영향을 끼쳐 상품가치를 알려주고 높여주는데 중요한 역할을 한다. 라벨에서 타이포는 크게 제품의 이름과 성격을 나타내는 로고타입과 정보표시사항의 일반적인 정보전달 텍스트로 나눌 수 있다. 그 중에서도 로고타입은 가장 확실하게 기억되는 시각적 요소이며 제품의 경쟁력이 제품명으로 함축되어진다는 점에서 그 중요성을 알 수 있다. 특정지역의 원료와 사회성을 담고 있는 전통주의 속성과 부합되는 라벨 디자인의 필요성은 정보전달과 구매도에 있어서 그 역할이 크다. 따라서 전통주의 속성과 특징을 제대로 표현하고 지역의 특성을 시각적으로 전달할 수 있는 가독성도 갖추어야 한다.

4.2. 캘리그래피와 라벨디자인과의 관계성

캘리그래피는 도구가 제한되어있지 않으며 활용할 수 있는 도구 또한 매우 다양하다. 도구에 따른 표현이 인간의 심리를 여러 가지 감정으로 느낄 수 있게 하는 요인이 되어 이미지 전달에 영향을 주게 된다. 가령 전통주의 원료와 지역별 성향에 따라 표현요소도 달라지는데 라벨디자인에 나타난 요소를 표현하기 위하여 그에 맞는 도구와 색상 등 필요에 따라 수많은 다양성을 갖을 수 있다. 라벨디자인의 중요성은 제품을 접할 때 브랜드 로고 타입이 가장 먼저 눈에 들어오게 된다. 조형적인 요소와 색채 그리고 브랜드 로고 타입의 주변 이미지로 전체적인 분위기를 형성하면서 소비자는 제품을 인식하고 기억하게 된다. 그렇기 때문에 제품을 구성하고 있는 여러 가지 요소중에서 대표하는 요소는 그만큼 비중이 크다. 따라서 라벨디자인에서 상품명을 나타내는 제목의 표현 요소중 캘리그래피가 갖는 중요성은 크다.

4.3. 전통주 라벨에 나타난 디자인 요소 분석

① 타이포

타이포는 읽혀지는 글자에서 읽혀지는 이미지로서의 기능도 함께 한다. 시대의 소구에 따른 역할도 있었지만 전통주가 가지고 있는 동양적인 감성의 역할도 크다. 따라서 라벨 디자인에서의 캘리그래피의 역할은 로고타입의 성격과 사상까지도 담고 있는 요소이다.

[표 8] Logotype의 요건⁴⁾

제목	내용
가독성	상품명이 쉽게 읽히고 이해되어야 한다.

전달능력	제품의 특성을 전달 시킬 수 있는 특징이 있어야 한다.
잔상효과	구매자의 기억에 깊이 인식 될 수 있어야 한다.

② 이미지(일러스트레이션, 사진)

일러스트레이션은 제품의 성질과 특성을 명확하게 전달시키고 타이포가 표현해내지 못하는 명확한 인지성을 확보하는 기능을 한다. 국내 전통주 시장의 라벨 디자인 사진은 대부분 과일주와 곡주류에서 많이 활용되어지고 있으며 캘리그래피와 일러스트를 활용하여 완성도를 높이는 기능을 한다.

③ 레이아웃

김옥철(2000)에 따르면 일반적으로 설계, 배치를 의미하지만 디자인에 있어서는 시각전달을 목적으로 조형미를 고려하면서 소재를 효과적으로 구성, 배열하는 것을 말한다. 즉, 앞서 말한 타이포, 일러스트레이션, 사진 등을 효과적으로 배열하는 것을 말한다.

④ 여백

여백은 빈 공간을 비어있는 공간이 아니라 다른 조형 요소들과의 조화로 공간과 형태 들 간의 상호교류를 통해 미래의 공간을 만들기도 한다. 또한 여백은 심리적 안정뿐만 아니라 이해와 설득을 가능하게 하고 전달하고자 하는 메시지를 효과적으로 수행하는 중요한 시각적 구성요소의 하나이다.

[표 9] 라벨 디자인 분석

라벨	구분	타이포 (대표서체)	이미지	레이아웃	여백 (전체비율)
군주		캘리 그래피	소나무	세로	50%
경주법주		캘리 그래피	연화문 양	세로	50%
나주배술		명조, 캘리 그래피	배	가로	40%
매화수		명조	매화	세로	30%
백		캘리	묵번짐	세로	40%

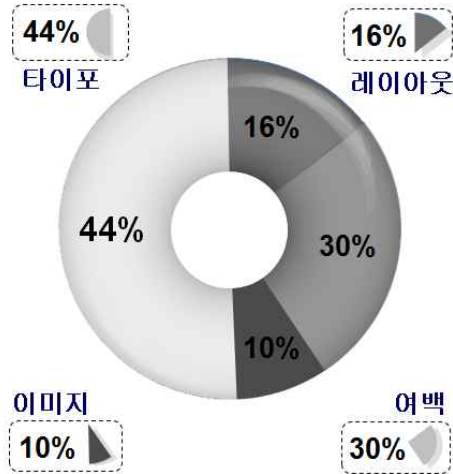
4) 기초디자인_안그래픽스/한국디자인학회(2003)

화소곡주		그래피			
자청비		캘리 그래피	여인	세로	30%
청하		캘리 그래피	묵번짐	세로	40%
화랑		캘리 그래피	화랑문 양	세로	40%
안동소주일품		캘리 그래피	호랑이	세로	30%
백화수복		캘리 그래피	꽃	세로	30%

위에서 제시 및 분석한 캘리그래피와 여백이 가용된 전통주 라벨디자인을 보면 '군주'의 캘리그래피에 쓰인 일러스트는 소나무가 들어가있고 '나주배 술'의 일러스트에는 배가 들어가있다. '안동소주 일품'에는 호랑이가 들어가있는데 '군주'의 캘리그래피는 라벨에서 가용된 타 요소와 더불어 상품명처럼 강하고 믿음직스러운 군주의 이미지가 풍겨져야하는데 부합되지 않는 주변 이미지와 여백의 활용이 이런 효과를 저해하고 있다. '나주배 술'에서 '술'의 이미지가 '나주'와 '배' 두 단어 사이에 어떠한 관계성도 발견할 수 없으며 '안동소주 일품'은 '군주'와 큰 차이점을 발견할 수 없는데 이는 곧 전통주는 캘리그래피를 사용하여야 한다는 무념위에 기획력이 떨어지는 요소들이 쓰여짐으로서 발생한 것이다. 이같은 요소들의 조합은 여백의 활용은 생각지도 못하는 문제점을 낳게 된다. 전통주는 '술'이라는 특정적인 식품이다. 술이라는 개념 속에 포함된 하위개념이며 이는 곧 전통주속에 용해된 알코올을 섭취한다는 개념보다는 의미와 상징을 섭취한다는 의미이다. 지역의 특색있는 정취와 감흥, 즉

감성적인 소구를 포함하고 볼 수 있다.

[표 10] 라벨 디자인 디자인요소 분포도



4.4 캘리그래피와 여백의 상관관계

동·서양을 막론하고 여백은 여러 조형적 요소로 자리잡아 왔다. 즉, 채워짐과 비워짐의 관계성에서 기인한다. 서양에서는 대상을 다른 위치나 자세에 함께 놓아 작품을 만드는데 그렇게 함으로써 긴장과 관심, 흥미를 창조해내는 것이며 여백이란 이들이 차지한 면적사이에 생긴 틈으로 정의하고 있다.(J.J. de Lucio Meyer, 1966) 서양과 달리 동양에서는 이러한 기본적인 사실들만이 이해되는 것이 아니다. 동양적 사상이 깊이 담긴 음과 양의 주역(周易)에 익숙해 대표적인 역설적 표현인 백지와 먹으로서 여백을 창조해 내었다. 표현이 없던 여백을 통하여 표현이 된 형상을 깊이 인식하는 것은 동양적 사상에 바탕을 둔 것이다. 따라서 우리나라 전통주의 디자인적 표현방식에도 동양의 미적요소가 담긴 먹과 백지, 캘리그래피와 여백의 중요성이 강조되는 것이다. 캘리 그래피에서 자연스럽게 생기는 여백은 마진이나, 행간, 칼럼 등을 들수 있는데 이들은 편집 공간을 가장 편집 공간답게 만드는 기본적인 뼈대가 되는 역할을 한다. 또한 글자와 글자 사이에 생기는 공간을 좀 더 밀도 있고 짜임새 있게 하는 역할을 하기도 한다. 이 공간들은 사진과 일러스트, 본문 등 그래픽적 요소들을 하나로 묶는 역할을 하거나 또는 그 공간 자체가 그래픽적 요소로 사용되기도 한다.

그리드를 잡을 때 여백을 염두에 두고 잡아야 하는데, 여백은 편집 공간을 가장 편집 공간답게 만드는 결정적인 요소가 된다. 여백의 역할은 다음 세 가지를 들 수 있다. 첫째, 본문 기사의 시작과 끝을 나타내는 최선의 표시이다. 만일 여백이 제거된다면 우리는 행의 시작과 끝을 나타내는 데 굉장한 혼란을

일으키게 된다. 둘째, 여백은 모든 편집 요소들을 일체가 되도록 에워쌌으므로 날 쪽과 펼침 페이지에서 시선을 모으고 통일되어 보이도록 한다. 셋째, 여백은 인쇄된 내용의 분주함에 대해 나머지 공간을 비워둠으로써 시각적인 대조를 이루며 독자를 위한 필기 공간을 제공하고 외부로부터의 침입에 대해 내용을 보호하는 기능을 가진다.(서정희, 1998) 이같은 공간의 활용에 대한 이해속에서 형태가 위치해야 한다. 즉, 전통주의 라벨이라는 한정된 공간속에서 캘리그래피와 여백의 관계성을 조형적으로 이해해야 한다는 것이다. 라벨에 쓰여지는 캘리그래피는 제한된 공간 안에서 표현되지만 수학적이고 과학적인 방법으로 공간이 나누어지는 것은 아니다. 하지만 이것은 편집 디자인에 통일성을 부여하고 시각적으로 읽기 편하게 만드는 범주안에서 이루어져야 그 효용성이 더 커진다. 특히 우리나라 전통주에서 캘리그래피의 필요성과 중요도를 인식하면 여백의 구체적 활용도도 세밀화 될 것이다.

5. 결론

라벨디자인에 나타난 캘리그래피를 통해 전통주가 가지고 있는 특성을 시각적인 요소와 더불어 로고 타입에서 이미지의 효과를 극대화시켜야 한다. 하지만 현재까지 출시된 전통주의 라벨디자인을 살펴본 바에 따르면 전통주의 상품명과 캘리그래피의 모양 및 여백의 활용이 부합되지 않음을 확인할 수 있다. 여백은 어떠한 실체에 대한 반대관점에서 그 다양성이 이야기되어 왔다. 즉, 가시적인 형상의 반대적인 면으로 이해되어 왔다. 하지만 본문에서 언급한바처럼 실체의 채워지는 부분과 남아있는 부분(여백)이 함께 조화를 이루었을 때 사고의 확장이 더욱 커짐을 알 수 있었다. 이같은 여백의 특징과 부합하는 요소가 많은 캘리그래피는 문자의 특성과 함께 이미지의 특징도 강한 요소이다. 문자이기 때문에 직·간접적으로 감정을 표현해 낼 수 있다는 장점이 있으며 형태적인 의미까지도 부여할 수 있다. 감성적 소구가 강한 캘리그래피에 동양적 사상이 깃든 여백의 미가 어우러졌을 때 그 효과는 순수한 아름다움을 넘어 고부가가치 사업의 핵심 요소가 될 수 있다. 객관적이고 통계적인 글꼴과 편집디자인에서 벗어나 실험적이고 주관적인 캘리그래피의 가용은 수혜자의 시각적 감성에 호소하게 되는 직접적인 원인이 된다. 이같은 추세는 디자인의 요소가 광범위화되면서 더욱 구체적으로 세분화되었는데 그 중 여백의 역할과 활용방법에도 전

문적인 방안이 생겼다. 기존의 여백이 2차적 요소이거나 소극적인 공간으로 인식되었다면 캘리그래피에서 차지하는 개념은 적극적인 공간의 역할을 담당하게 되었다. 남은공간으로 인식되던 지면을 입체적으로 만들어 공간감을 부여하였으며 이는 캘리그래피가 가지고 있는 문자의 속성에 복합적인 요소의 의미를 갖게 하는 작용을 한다.

지면상의 편집디자인은 읽는 것에서 보는 것으로 그 형태가 바뀌고 있다. 텍스트가 지니고 있는 속성 속의 여백은 그 형태와 공간의 깊이를 한 눈에 알 수 있지만 캘리그래피에서의 여백은 가용자의 주관적인 개념과 디자인 의도에 따라 우연적이며 또한 객관적인 자유 형태를 갖음으로서 시각의 환기와 함께 가독성을 높이는 큰 역할을 수행할 수 있다. 세계의 시장이 동북아시아로 집중되고 환경과 느낌, 순환의 디자인으로 전환되고 있는 시점에 직접적인 경제수지의 자원으로 거듭날 수 있는 디자인적 요소에 집중해야 한다. 그중 본 논문에서 연구한 대한민국의 특정상품인 전통주에 대한 고찰을 짚어볼 수 있는데 대중과 가장 먼저 마주하게 되는 시각적인 요소를 고려해야 한다. 패키지과 라벨, 그리고 그 안에 활용된 디자인적 요소까지도 재검토가 필요하다. 따라서 캘리그래피와 여백의 관계도 다시 짚어보고 어떤 활용범위와 적극적인 방법으로 대중들에게 피력할 수 있는지 심도있는 연구와 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.

참고문헌

- 보건복지부.(2009). 국내주류통계연감.
- 국세청.(2009). 국세통계연보-주세자료.
- 이규복.(2008). 디자인속에서 만남 속에서 찾는 우리네디자인 캘리그래피.
- 한국디자인학회.(2003). 기초디자인, 안그래픽스.
- 이우환.(2002). 여백의 예술. 현대문학.
- 최충식(2001). 포장디자인매체. 창지사.
- 김옥철.(2000). 디자인사전, 안그래픽스.
- 이주연.(2007). 브랜드 아이덴티티의 캘리그래피 로고가 소비자 구매 행동에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대학교산업미술대학원.
- 박진희(2004). 캘리그래피의 조형성을 활용한 감성 이미지의 시각표현 연구, 이화여자대학교 석사논문.
- 미래농정연구원.(2002). 우리나라 전통주의 일본시장 진출방안 연구.
- 서정희(1998). 편집디자인에 있어서 여백에 관한 연구, 이화여자대학교.
- Thames&Hudson.(2004). Handwritten Steven Heller & Mirko Ilic. p.6.
- Diana Hardy Wilson.(2002). The Encyclopedia of Calligraphy Techniques, Sterling Co., Inc. p.176.
- Williams.(2002). THE NON DESIGNERS DESIGN BOOK, Peachpitpress.
- Rob Carter, Ben Day and Philip Meggs.(1985) 「Typographic Design : Form and Communication」. Van Nostrand Reinhold Company Inc. p.II.
- James Craig & William Bevington.(1999). 「Designing with type : A basic Course in Typography」, Watson-Guptill. p.97.
- J.J. de Lucio Meyer.(1966). Visual Aesthetics.