

# TV-Program 서체의 시각전달 효과를 위한 연구

정 동 욱

한국방송공사 보도 미술부

## 목 차

논문개요

1. 서론

2. 본론

1) Television과 美術

2) Television Title 형식및 특성

3) 映像媒體로서 Title의 制限性

4) Program 타이틀의 表現種類

3.결론

4.참고문헌

## 논문개요

본 논문은 TV-program 書體의 視覺傳達 效課를 위한 表現방법과 현재사용되는 타이틀 書體의 필요성을 알아보고 보다 효과적인 서체의 디자인과 TV영상으로서 아름다운 서체 디자인에 관심을 두고 연구하였다. 視覺傳達 效果로서의 타이틀 디자인의 理論的 背景과 概念 및 영상미디어로서 대중에게 쉽게 인지할 수 있는 技法과 方法을 分析하였다. 따라서 현재사용되고있는 TV타이틀의 효과적인 활용을 위해서 타이틀 제작 형태에 따른 表現方法 및 타이틀의 種類를 통해 방송미술에서 타이틀 書體의 흐름과 現在 사용되고 있는 書體 스타일의 분석과 제작 형태에 따른 造形的 表現 요소에 의한 분류를 통해 그 現況 및 TV-Program서체에 C·G(Computer Graphic)의 활용을 통해서 제작상 나타난 問題點과 그 발전적 개선 方案을 제시하고 본 研究를 위해서 Title 書體와 현재 KBS, MBC, sbs에서 사용되고 있는 각 프로그램의 Title서체들을 참고 자료로 활용하였다.

## 1. 서론

映像媒體인 TV화면에서 요구하는 타이틀은 디자이너가 표현할 수 있는 그래픽적인 요소는 무궁무진한 것이며 이는 TV의 얼굴이라는 각 프로그램의 타이틀 서체를 어떠한 방법으로 제작해서 表現하는 書體 인가를 알아보고 TV프로그램에서 물리적 社會的 環境에서 일어나는 모든 프로그램이 관객에게 잘 전달해 주고 있는 정보원이라는 점에서 視聽者들에게 視覺的으로 아름다운 書體의 디자인에 있어서 주의할 점과 현재 사용되어지고 있는 書體를 분석하고 가장 效果的인 表現을 위해 디자이너가 노력해야 할 문제점 그리고 현재는 TV화면의 映像化를 위해 TV는 그래픽 전쟁이라고 할 만큼 그래픽의 重要性이 인식되는 시점에서 디자이너의 꾸준한 노력이 요구되며 TV타이틀 디자이너가 보다 완숙된 타이틀 디자인 제작을 위해서 TV프로그램의 제목이 되는 타이틀의 현방법을 재조명하고 현재 사용되고 있는 각종 타이틀을 분석하고 앞으로 좋은 디자인을 위해서 디자이너가 독특한 개성과 프로그램의 特徵을 갖춘 서체의 디자인 및 表現方法과 개선점을 모색하는데 역점을 두었다.

## 2. 본론

### 1) Television과 美術

情報化 社會인 오늘날 TV映像의 役割은 매우 중요한 부분을 담당하고 있다. 즉 視覺文化 속에서 "인간은 사진의 발명으로 焦點을 자유롭게 선택하고, 人間의 눈으로는 도저히 잡을수 없는 것을 잡을수 있는 렌즈, 결국 카메라에 의해 육안 플러스(plus) 제2의 눈을 갖게된 것인데 電磁波 時代, TV시대의 오늘날엔 더욱이 육안을 넘은 電子波에 의한 제3의 視覺을 증가시켰다."<sup>1)</sup> 텔레비전은 보는 것으로 그림보다 그 외형상의 뜻을 (out line) 받아들이는 知覺性이다. TV는 일상적인 環境의 일부로서 끊임없이 우리와 밀접하게 접근하고 있는 것이며 응접실이나 침실에서 TV를 보거나 TV를 켜놓고 있을 때 知覺的, 感覺的으로 우리는 느슨한 상태에 있다. 그러한 상태에서 TV를 보는 것이며 TV적 五感의 언어는 전면적으로 우리들의 속에 들어와 보이지 않는 곳 즉 인간이 의식하지 않는 곳에서 人間을 變化시키는 것이 TV美術의 特徵이다. TV미술은 視覺表現의 전체이며 동시에 視覺言語, 人間의 생활 전체에 TV가 주고 있는 영향은 매우 크다. 즉 文字 미디어에서 映像미디어로 전환과정을 반영하는 것으로 오늘날의 TV 映像媒體는 綜合藝術으로써 한몫을 하고 있다. TV에서 3D는 인간의 눈으로 볼수 없는 현상이나, 실소재로는 만들수 없는 물체나 그 운동을 구체적으로 映像化해서 보이는 가상현실까지

1) 佐口七郎 편저, 「テ"サ"イン概論」, タ"ウ"イット 社 1984, p.198.

가능하게 되어 情報傳達의 확대를 보이고 있다.

이와같이 TV미술은 다매체 시대에서 綜合藝術으로써 時代性, 社會性, 文化的인 면을 내포해야 하는 創造的 이미지 表現 작업이다. 따라서 이미지 작업은 항상 동적인 화면 즉 우리의 생활습성에 항상 같이 하는 창조물이 되어야 하고 항상 현재 존재하는 시대적 상황과 역사성 그리고 미래 지향적인 그림으로 제작되어야만 할 것이다.

## 2) Television title 형식및 특성

### 가) TV MEDIA로서 書體의 性格

情報傳達의 기능을 더욱 구체화 해주는 작업으로 타이틀 디자인의 필요성을 視覺的 表現으로 메시지(Message)화 하여 視聽者에게 전승케 하고 또 따라서 Program내용의 이해를 돕기위한 캡션(Caption)수단으로 情報를 더욱 자세하게 認識시켜 줌으로써 프로그램의 價値를 높여 줄뿐만 아니라 視聽者들에게 좋은 인상과 인지도를 자극시키는 造形的이고 藝術的 表現技法을 도입시켜 人間의 感情까지도 순환시켜 주는데 큰 역할을 담당하고 있다.

### 나) 視覺的 效果

모니터의 制限性이 따르게 되기 때문에 글자수는 최소화해야 한다. 즉 畫面像에 읽을 것이 너무나 많으면 視覺的으로 산만해 보이고 그것을 짧은 시간에는 視聽者들은 눈으로 읽는 것을 만연하게 하는 결과를 만들게 된다. 그러므로 시청자들에게 읽을 시간 즉 눈으로 스쳐가는 시간을 통해서 프로그램 타이틀의 이해를 도와주기 위해 빠른시간에 이해를 할 수 있을 만큼의 視線을 주어야 하며 그리고 타이틀은 간단명료해야 可讀性이 뛰어날 수 있다.

### 다) 타이틀 레이아웃(Lay - out)

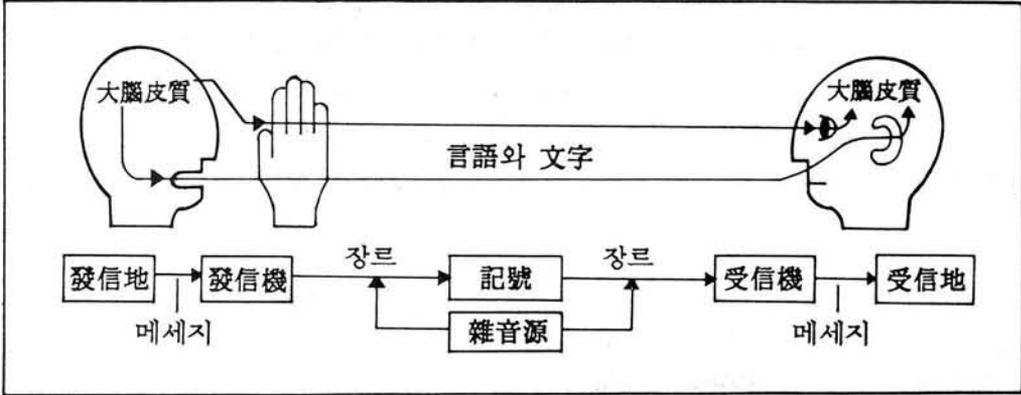
모니터의 制限性에 있어서 Lay out은 타이틀 디자인만큼 중요한 위치를 차지하고 있다. 프로그램의 特性이나 타이틀 로고에 따라서 작성한 레이아웃을 해야만 效果를 볼 수가 있다. 레이아웃은 文字, 일러스트레이션, 사진, 기호와 같은 여러가지 視覺的 구성요소를 일정한 空間에 效果的으로 배열하는 작업 및 技術을 말한다.<sup>2)</sup>

레이아웃은 타이틀의 구성 요소에 치우쳐 배열하는 것으로는 부족하다. 모니터의 한계성이 있으므로 기본적인 注目性, 可讀性, 明快性, 造形性, 創造性<sup>3)</sup> 등을 충분히 고려해야 한다.

2) 한국방송기술연합회편, 「방송용어사전」, 한국방송개발원, 1990, p.281.

3) 동양디자인센터, 「디자인 용어해설」, 디딤출판사, 1989, p.42.

커뮤니케이션의 過程<sup>4)</sup>



(표-1)

視覺的으로 좋은 Lay out을 생각하지 않고서는 타이틀 디자인의 映像效果의 극대화는 기대하기 어려운 일이며 커뮤니케이션 모델인(표-1) 제2의 Title의 단계는 기호화 하는 것으로 對人 커뮤니케이션이나 매스커뮤니케이션과 연관하여 보면 아래와 같다.

- 주목성 : 시청자의 눈에 잘 뛰어야 할 것.
- 가독성 : 획수가 가급적 적고 읽기 쉬울 것.
- 명쾌성 : 테마(Theme)문자가 명료할 것.
- 조형성 : 구성이 잘 조화 될 것.
- 일관성 : 통일감이 있을 것.
- 창조성 : 개성이 있을 것.
- 상징성 : 상징적이고 연상성이 뛰어난 독자적인 이미지(Image)가 되어야 한다.

라) 타이틀의 效果方法

모든 타이틀을 전자 시스템으로 처리하면 글자의 明瞭性, 視覺相의 效果가 증진될 수 있는 것이다. 그러기 위해서 가장 보편적인 방법중 하나는 글자의 테두리에 색을 둘러치는 것(edge keying)인데 글자와 글자사이(자간 spacing)의 경계를 만들어 잘 보이게 하는 것이다. 검은색, 회색의 그림자, 색깔 테두리를 사용한다. 좋은 效果를 보이게 하기 위해서 auto key장비로 Color를 조정하여 效果를 높이는 方法이다.

이러한 방법으로 글자를 표현(Super)할 때 일어나는 톤이나 色彩가 뒤섞이는 것을 피할 수 있고 여러가지 Color를 대치시킬 수도 있으며 보다 다양한 모양의 그림자를 연출할 수도 있다.

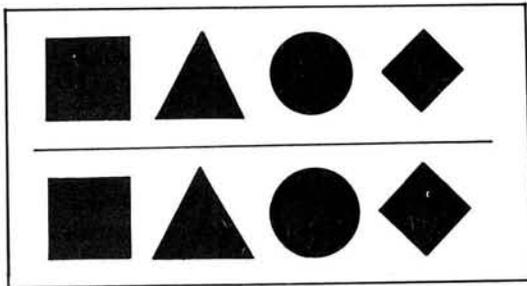
4) 佐口七郎 편집, 「デザイン概論」, 닌가이츠샤社, 1984, p.155.

마) TV 서체의 特性

活字의 크기를 선택하는 것은 첫째:포맷과 目的, 둘째:內容이 지닌意味, 셋째:活字 크기가 갖는 視覺的 關聯性에 대한 느낌을 고려하여 결정해야 한다.<sup>5)</sup>

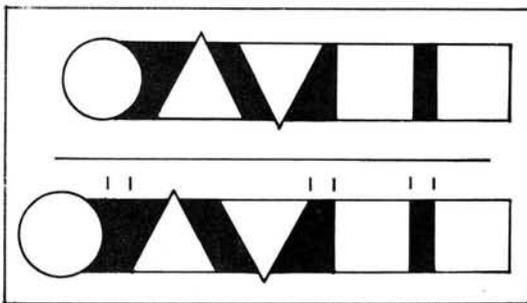
따라서 文字 레터링을 하기 전에 먼저 기본적인 조형상의 밸런스를 고려하지 않으면 안된다는 것을 디자이너는 항상 생각하고 작업에 임해야 할 것이다.

한글이나 漢字처럼 사각형 속에 내접시켜 文字를 만드는 경우 특히 방송용이므로 走査線을 항상 생각하여 디자인하여야 한다는 점을 염두해 두어야만 좋은 Logotype를 제작 할 수 있다.



(그림-1) 네모꼴 틀안에서 벗어난 면적조절  
(크기 밸런스)

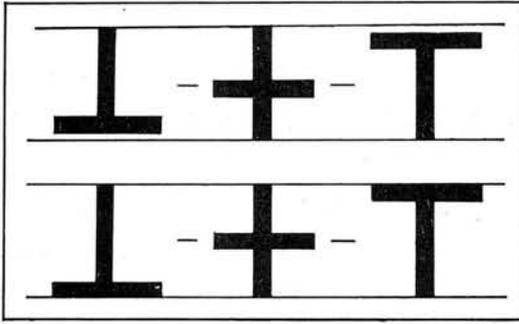
그림은 사각형 속에 꼭차게 그린 것이다. 그 결과 크기의 차가 현격하게 나타난다. 아래 그림은 똑같은 크기로 보이도록 視覺 調整한 것이다. 이처럼 文字 크기를 조화있게 하기 위해서 視覺調整이 중요한 것이다.(그림-1)



(그림-2) 같은 공간면적을 띄어 간격조정  
(공간 밸런스)

아름답고 읽기 쉬운문자 조합을 하기 위해서는 空間의 밸런스가 중요한 要素이다. 文字와 文字 사이는 항상 공간문제가 생긴다. 이때 이들 空間面積이 똑같은 크기로 보이도록 視覺調整을 하여야 한다. (그림-2)

5) 안상수, 「타이포그래픽디자인」, 미진사, 1988, p.28.



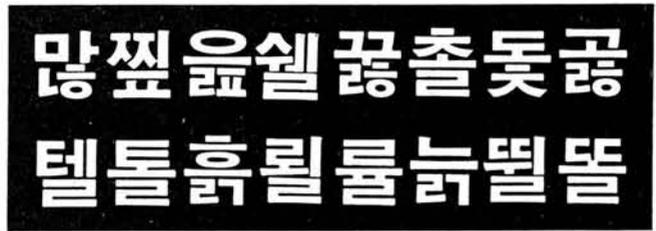
(그림-3) 수직선의 아랫부분을 조금 더 길게  
(무게중심의 밸런스)

文字를 조합하는 경우 무게 中心의 밸런스에 신경을 쓰지 않으면 안정된 배열이 될 수 없다. +의 가로선이 幾何學的 중심에 놓아도 무게중심이 내려가 보인다. ㄱ과 ㅌ의 가로선이 基準線에 닿으면 다른 자의 밸런스를 잡을 수 없다. 아래는 이 무게중심이 밸런스를 고려하여 視覺調整한 것이다.<sup>6)</sup>(그림-3).

· 획수가 많거나 간격이 좁은 글자는 본래의 굵기보다 조금 가늘게 하였고 線이 만나는 부분에 둥근점(dot)를 찍어 자체를 校訂하였다.(그림-4)<sup>7)</sup>



(그림-4)



(그림-5)

그림5는 특히 走査線에 통과하기 어려운 글자체 이므로 송출전 디자이너가 수정을 해야하는 글자체이다.

6) 김학성, 「레터링 디자인」, 조형사, 1988, p.28.

7) 정은숙, 「MBC방송연구 논문 제1집」, 1989, p.51.

### 3) 映像媒體로서 Title의 制限性

Television은 캔버스나 종이위에 그리는 그림에 비해 그 해상도에 있어서 제한을 받고 있다는 문제에 도달하게 된다. 즉 525개의 走査線에 의해서 그림이 표현되는 까닭에 殘像이나 번짐 등의 기술적인 제약도 극복해야 할 과제를 안고 있다.

방송문자는 走査線으로<sup>8)</sup> 인해 모든 스타일의 書體를 사용할 수 없는 점이다.

글자와 글자 사이의 空間(자간)이 너무 좁거나 글자의 질감이 너무 미세하면 붙어버리거나 섬세함이 소멸되고 만다. 그러므로 최대한의 질감을 살릴 수 있는 세부 소멸 한계에 대한 디자이너의 감각이 중요하다. 이러한 감각은 정확한 수치계산보다 經驗에 의해서 얻어지는데 화면상에서 별로 효과도 없을 디테일에 매달리거나 조금만 질감을 주어도 감각이 틀려질 어떤 效果들을 놓치는 일을 막아준다.<sup>9)</sup>

특히 Main 글씨에서는 문제가 발생하지 않는다. 그러나 글씨를 작게 쓰고자 할 때에는 세심한 계산이 필요할 것이며 또한 TV畫面이 赤, 錄, 靑자의 미세한 스프라이프의 3색 螢光發色이어야 눈에 스미는 듯한 고휘도가 작용함으로 문자의 선명도를 떨어뜨리는 고휘도톤이나 큰 부분의 원색 처리는 피해야 한다.

일반적으로 눈에서 느끼는 밝기는 일정하지 않고 파장마다 다르게 되며 400mm~700mm 파장에서는 대단히 어둡고 555mm에서는 가장 밝게 느껴진다.<sup>10)</sup>

먼저 화면(Frame)의 크기와 형태에 대한 美學的 側面을 보면 텔레비전 畫面의 가로와 세로의 길이가 나름대로 비율은 갖추고 있는데 이것이 소위 4:3이라는 황금분할론(黃金分割論)의 원칙이다.<sup>11)</sup> 그러므로 TV모니터는 4:3의 비율에 맞는 그렇게 크지 않은 것이다. 이것은 종이위에 그리는 경우와는 구별되는 것으로 그리는 面積에 대한 제한성이 있으므로 모니터에 비쳐지는 순간적 映像이 4:3이라는 비율의 선입견에 의해 답답한 그림이 될 수 있다는 것이며 아무리 좋은 내용을 표현했다고 해도 그것이 너무 작거나 알아보기 어려워도 안되고 수상기의 크기에 따라 畫面의 四角 외곽 부분이 잘려 나갈 수 있기 때문에 주의가 필요하다.<sup>12)</sup>

그러므로 디자이너는 방송이라는 메카니즘내에서 행해지는 창조적 작업이기 때문에 기술적인 특성에 대한 이해와 적용이 꼭 필요하다.

8) 주사선 : 2차원적인 화면을 바둑판의 눈과 같이 여러개의 미세한 구획의 화면, 즉 화소(畫素)로 분해하는 것 또는 반대로 화소를 조립하여 화면을 재구성하는 것을 말한다.

9) 정은숙, 「MBC 방송연구 논문집4」, 1992, p.368.

10) 한옥현, 「TV News와 News Graphics와의 유기적 관계에 대한 연구」, 홍익대 산미대학원, 1986, pp.27~30.

11) 竝河亮, 「CM のすべて」, 誠文堂新光社, 1965, pp.174~175.

12) 한옥현, 전개서, pp.30.

#### 4) 프로그램별 타이틀의 表現 種類

##### 가) 報道 타이틀

報道放送은 政治, 社會, 文化등 모든 분야의 時事에 관한 速報 또는 解説을 目的으로 하는 放送을 말한다.<sup>13)</sup>

KBS, MBC, sbs등의 보도용 타이틀은 고딕에서 약간의 변형체로 제작하여 주로 사용하고 있다는 점이 共通點이라 할 수 있다.

뉴스 타이틀을 고딕의 변형체를 주로 사용하는 이유로서의 視覺적으로 힘차고 강직한 느낌을 주기 때문에 시청자들에게 보도의 信賴性, 正直性, 迅速性의 강한 이미지를 전해 주기 위한 것이라 풀이된다.

##### 나) 드라마 타이틀

TV드라마의 타이틀의 書體는 고딕에서 부드럽고 편안한 스크립트<sup>14)</sup>를 시초로 하는 수서체(Hand Writing)를 주로 사용하고 있다. 이 수서체는 각종광고, 선전물등의 幾何學的이고 劃一的인 活字 속에서 흐르는 듯한 아름다운 스크립트와 강력한 능필의 캐치프레이드 등으로 지적이고 조화있는 레이아웃이 가능하며 따라서 TV드라마 타이틀은 劃一的인 것에서 벗어나 視聽者들에게 더욱 주목받고 있으며 드라마의 내용에 못지 않게 강한 인상도 주어야만 할 것이다.

##### 다) 教養 타이틀

教養 프로그램은 民族 固有文化의 繼承 發展과 공중의 일반적 教養의 향상 및 教育을 目的으로 하는 放送을 말한다.<sup>15)</sup>

教養 프로그램의 특징은 한 순간의 재미보다는 視聽者들에게 기억속의 프로그램으로 남아서 그를 가르치고 바람직한 心性을 기르도록 유도하는 프로그램이라는 점이 있다. 그러므로 教養프로는 격이 있는 메시지를 傳達해 줌으로써 視聽者들에게 도움을 주고 있는 것 또한 사실이다.

##### 라) 娛樂 타이틀

娛樂 放送은 국민정서 涵養과 生活의 명랑화를 目的으로 하는 放送을 말한다.<sup>16)</sup> 放送은 건전한 娛樂의 내용을 제공함으로써 복잡한 社會生産에 누적되었던 스트레스를 해소 해주고 文明의 고통으로부터 오는 긴장을 완화해 줄 수 있다.<sup>17)</sup> 따라서 타이틀은 서체 자체에 데크레이션을 가미해서 사용하고 있다.

13) 방송법 시행령 제 29조 2항.

14) 김홍련, 「문자 디자인」, 미진사, 1987, p.246.

15) 방송법 시행령 제29조 2항.

16) 방송법 시행령 제29조 2항.

17) 방송제도 연구위원회, 방송제도 연구 보고서, 「2000년대로 향한 한국방송의 좌표 1990」, p.56.

### 3. 결 론

産業情報化 시대로 전환되는 現代社會의 情報傳達媒體로서 다채널 다매체의 TV영상 출현에 따라 TV프로그램의 얼굴인 타이틀 書體에 관하여 그리고 書體의 表現 方法과 활용도에 대해서 알아보았다.

우리의 한글을 TV라는 映像속에서 어떻게 하면 視聽者들에게 아름답게 보여주고 프로그램의 性格과 聯想되는 타이틀 서체를 디자인해야 하는가에 대해서 KBS와 각 방송사에서 현재 사용되고 있는 타이틀의 特性과 表現의 문제점들을 제시해 보았다.

TV타이틀서체는 映像媒體가 갖는 특성을 최대한 살리기 위해서는 보다 전문성이 요구되는 작업이므로 레터링 작업과 2-D, 3-D까지 그리고 Computer Graphic분야의 모든 조건을 디자이너는 갖추어야 한다는 것이다.

즉, 영상 매체로서 TV는 시각을 전달하는 情報者이기 때문에 視聽者에게는 새로운 視覺言語를 제공하게 되므로 디자이너들에게는 책임이 증대되고 있으며 보다 아름다운 書體 개발을 위해 放送環境의 視覺言語로써 타이틀 書體와 2-D, 3-D와의 복합적인 表現方法의 發展的 方法을 摸索해 보았다.

첫째는 書體 디자인은 그 프로그램이 요구하는 이미지와 연관성이 있어야 좋은 타이틀이 될 수 있다는 것이다.

둘째는 타이틀 디자인은 創意力, 順發力, 表現力이 三位一體를 형성하여 可讀性이 겸비되는 작품으로 승화시켜 視聽者들에게 視覺言語로서의 情報傳達를 해야 한다.

셋째는 각 방송사별로 독특한 書體 開發에 보다 적극적인 관심과 노력이 필요하며 타이틀 디자이너는 방송기술 분야와의 有機的 關係를 보다 合理的이고 效果的인 表現 方法을 모색해야 한다.

끝으로 보다 효과적인 타이틀을 디자인하기 위해서는 디자이너는 항상 研究하고 노력하는 자세를 가져야 한다.

## 참 고 문 헌

- 김홍련, 『文字디자인』, 미진사, 1987.
- 김학성, 『레터링 디자인』, 조형사, 1988.
- 동양디자인센터, 『디자인 용어 해설』, 디딤출판사, 1989.
- 방송제도연구위원회, 방송제도연구보고서 『200년대를 향한 한국방송의 좌표』, 1990.
- 안상수, 『타이포 그래픽 디자인』, 미진사, 1995.
- 정은숙, 『MBC 방송연구 논문 제1집』, 문화방송, 1989.
- 정은숙, 『MBC 방송연구논문 제4집』, 1992.
- 한국방송기술연합회편, 『방송용어 사전』, 한국방송개발원, 1990.
- 한옥현, 『TV NEWS와 NEWS GRAPHICS와의 유기적 관계에 대한 연구』, 홍익대 산미대학원, 1986.
- 竝河亮, 『CMのすべま』, 誠文堂新光社, 1965.
- 佐口七郎 편저, 『テ"サ"イン概論』, ダ"ウ"イツト"社, 1984.





