

표지 디자인에 나타난 일러스트레이션의 소비자 인지도에 관한 연구

Study on the Customer's Recognition of Illustration on Bookcover design

이경자

부경대학교 산업디자인학과

Lee, Kyung-ja

Dept. of Industrial Design, PKNU

김명수

국립부경대학교 디자인학부 교수

Kim, Myung-soo

Professor of Division of Design, PKNU

• Key words: Bookcover design, illustration, Customer's Recognition

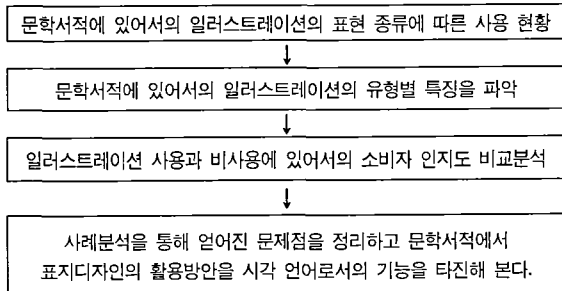
1. 서론

1-1. 연구 배경과 목적

일러스트레이션은 고대로부터 정보전달의 수단으로 사용되면서 각 시대를 반영해왔으며, 대중시각매체를 통해 날로 영향력이 확대 되어 가고 있는 현대 사회에서 시각언어로써의 그 기능과 비중은 날이 커져 가고 있으며, 그 기능 또한 다양해졌으며, 여러 가지 표현방법으로 사용되고 있다. 1) 본 연구는 문학서적에 나타나는 표지디자인에 있어서의 일러스트레이션이 사용의 빈도와 그 실태와 특징을 살펴보고 소비자가 표지디자인으로 인해 문학서적이라는 많은 내용을 포함하는 것을 한 곳에 보여주는 것을 일러스트레이션 비주얼 이미지로 사용된 경우와 그 외 다른 경우를 비교 분석하는 것을 목적으로 한다. 그 대상으로 2004년 상반기의 출시된 문학서적(소설, 비소설)을 선정하여, 각각의 표지디자인에 사용된 일러스트레이션을 비교분석 연구하여 일러스트레이션의 이해와 디자인 응용에 이바지 하는데 그 연구를 목적으로 둔다.

1-2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 전개방식과 연구 범위는 아래와 같이 한다.



본 연구의 국내 문학서적 표지디자인 사례에 제시된 자료들을 직접 자료를 조사하거나 관련 문헌을 통한 연구로 한정한다.

또한, 광범위한 문학표지 속에서 이야기거리가 가장 많이 들어 있는 소설과 비소설로 한정하여 조사해보며 그 사용 빈도를 측정하여 일러스트레이션 사용빈도와 사용되지 않은 경우를 비교한다.

본 연구는 설문지에 따른 조사이며 20대~30대로 한정 포지셔닝을 조사하고 그 분포도를 분석해 소비자들이 어떠한 정보로 받아들이는지 분석해 봄으로써 일러스트레이션의 올바른 사용과 방향에 대해 논하여보는 것을 목적으로 한다.

2. 본론

2-1. 2004 표지디자인에서의 일러스트레이션 사용 빈도 조사

2004년 베스트셀러서적(소설, 비소설)기준으로 하였을 때 일러스트레이션 사용빈도는 그 외의 경우보다 총 80권의 책중 53권의 사용빈도를 보여 많은 표지디자이너들과 서적으로 홍보하는데 있어 일러스트레이션을 많이 쓰고 있음을 보여주고 있다.2[표-1]

[표-1] 2004년 베스트셀러서적 기준 일러스트레이션 사용빈도

2004년	일러스트레이션	그 외	합 계
상반기	28	12	40
하반기	25	15	40

2-2. 문학서적에 나타난 일러스트레이션 표현종류 및 특징

1) 표지디자인의 일러스트레이션의 해석과 표현의 축으로 구분하여 2004년 문학서적(소설, 비소설)의 서적으로 대상으로 포지셔닝 분포도를 살펴본다.

[표 2] 표지에 사용된 일러스트레이션의 포지셔닝 분포도3)



[표-2]의 결과로 보았을 때 두 분류로 나뉘어 포지셔닝 되고 있음을 볼 수 있다. 한 가지는 회화적이면서 디자이너의

1) 앤드류 장_줄리 리버먼 공저. 최재은 옮김. 일러스트레이션. 디자인 하우스. 1997

2) 대한 출판 문학 협회 <http://www.kpa21.or.kr> 베스트셀러부분 자료

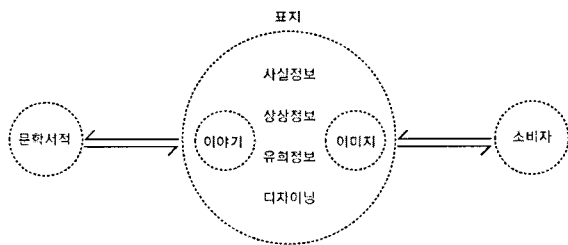
3) 디자인네트. 2004. 12. p102 표 인용.

주관과 개성이 보이는 표지디자인과 또 다른 한 가지는 사실적 이미지의 표현과 일반적이면서 보편적인 것으로 구분되어 보였다. 아직 일러스트레이션 사용 빈도만큼이나 다양한 형태로 표지디자인은 제작되고 있음을 알 수 있다. 세부적으로 살펴보면, 해석적 측면으로 볼 때에는 언어적인 것 보다 비언어적 그리고 독속적인 것보다 종속적인 것이 많이 사용됨으로써 표지에서 무엇을 직접적으로 알리는 경향 보다는 그 서적의 이미지나 느낌을 표현한다고 볼 수 있다. 그리고 표현적 측면에서 보았을 때는 회화적, 주관적 사실적, 개관적 측면이 다양하게 분포되어 있음을 볼 수 있다.

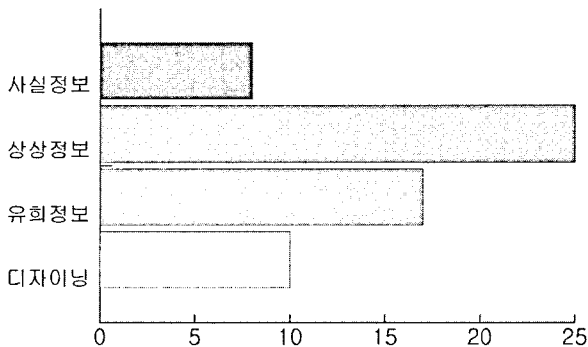
2) 표지디자인에 있어서의 사용된 일러스트레이션이 사실, 상상, 유희, 디자인에 있어서 소비자들에게 내용에 맞게 전달되었는지 살펴본다.

소비자가 인지하는 구조도를 살펴보면, 문학서적 첫 대면하는 곳에서 표지디자인의 이미지와 이야기거리를 발견 소비자가 그 사실을 어떠한 정보로 인식하는가 하는 것을 나타내고 있음을 알 수 있다.[그림-1]

[그림-1] 표지디자인을 소비자가 인지하는 구조



[표-3] 소비자의 인지도 비율



본 결과는 2005년 4월 설문지 조사로 이루어진 내용이며 100명의 20~30대 남녀로 2가지 중복 체크 가능한 문항으로 이루어졌다.

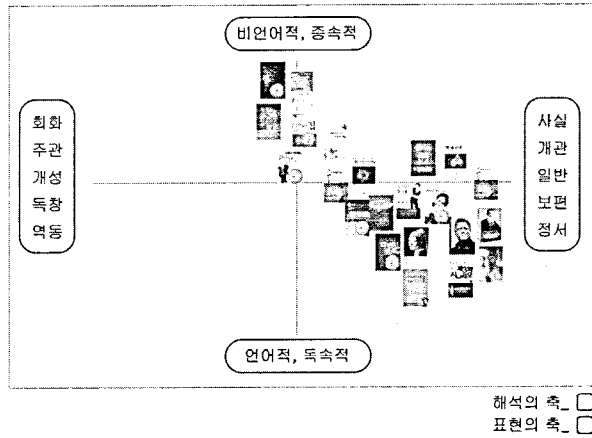
2004년 베스트셀러에서 나타난 일러스트레이션이 사용된 표지디자인의 경우 소비자들에게 직접 설문조사한 것을 토대로 하였다. 조사 결과에 따르면 상상정보와 유희정보를 자극시킴으로써 소비자들에게 문학서적의 내용을 궁금증을 불러일으킴으로써 구매욕을 자극시키고 소비자와 작가의 관계로 조금더 가까이 다가갈 수 있게 하는 역할을 한다.[표-3]

2-2. 문학서적에 나타난 그 외 표현종류 및 특징

1) 책표지 디자인의 일러스트레이션 사용은 위와 같은 포

지서닝 구조가 나왔다면 그 외의 '디자인에 있어서 해석, 표현의 축으로 구분하여 2004년 문학서적(소설, 비소설)을 대상으로 표지서닝 분포도를 보고 두 가지 표지서닝의 특이한 점을 비교 분석해 본다.

[표-4] 표지에 사용된 표지서닝 분포도



[표-4]를 보았을 때 일러스트레이션 비사용의 경우 사실적이 정보를 제공함으로써 책의 내용을 좀더 알고 언어적이면서 사실적인 이미지에 가까이 가고 정서적으로 소비자에게 어필하려는 것이 강하게 나타났다.

5. 결론

본 연구는 문학서적에 나타나는 표지디자인에서의 일러스트레이션의 사용빈도를 보았을 때, 사용빈도가 비사용의 경우보다 66%로 사용빈도가 많았으며, 그 유형에서 보았을 때 회화적이면서, 비언어적인 내용이 많았으나, 상상적인 정보와 유희적인 정보를 동시에 소비자에게 어필하는 것으로 나타났다. 이 연구 자료로 토대가 베스트셀러적인 것을 고려할 때 표지디자인에서의 일러스트레이션은 그 사용이 소비자에게 긍정적인 의도로 적용함을 알 수 있다. 물론 서적이라는 특성상 내용을 무시할 수 없음이 이 연구의 한계점이며, 아울러 일러스트레이션의 시대를 반영하며 동시에 선도해야 되는 문화적 기능을 가진다고 정의할 때 문학서적에 표현되는 표지디자인에 관한 유형의 구축, 이를 보다 높은 문학서적 표지디자인의 질적 향상에 이바지해야 한다.

참고문헌

- 이언 심프슨 저. 한국미술연구소 역. 새로운 일러스트레이션입문. 시공사. 1997
- 앤드류 장, 줄리 리버먼 공저. 최재은 옮기. 일러스트레이션. 디자인하우스. 1997
- 이현정. 현대 일러스트레이션에 나타난 부정적 표현의 의미분에 관한 연구. 원광대학교 대학원. 응용미술학과. 시각디자인전공. 1998
- 이현정. 현대 일러스트레이션에 나타난 부정적 표현의 의미분에 관한 연구. 원광대학교 대학원. 응용미술학과. 시각디자인전공. 1998