

# 영상 타이포그래피를 통한 소수자의 감성 커뮤니케이션 연구 (한국영화에서의 감성전달을 중심으로)

Emotional Communication of Minority through Video Typography  
(Focus on Emotional Communication in Korean Movie)

권상오\*, 허원희\*\*

안양대학교 디지털미디어디자인학부\*, 성결대학교 멀티미디어 학부\*\*

Sang-Oh Kwon(sokwon4d@paran.com)\*, Won-Whoi Huh(wonwhoi@hanmail.net)\*\*

## 요약

영상을 통한 커뮤니케이션은 그동안 신체적 정신적 장애로 인해 의사소통의 어려움이 있었던 장애인에게 자신의 관심 또는 상황을 타인과 교환할 수 있게 하여 사회적 소외감을 줄일 수 있다. 그러나 그러한 발달이 정보 접근에는 용이해졌다고 할 수 있으나 사회 현실적으로 많은 미비점을 남기고 있으며 감성 접근 측면에서는 더욱 부족하다 할 수 있다. 본 연구에서 21세기 정보사회에 있어서 새로운 화두가 되고 있는 감성 소통을 위해 영상 타이포그래피를 이용하여 보는 것은 가능하나 들을 수 없는 청각 장애우들의 감성 커뮤니케이션에 새로운 방향을 제시하고자 한다. 본 연구는 시각적인 반응으로만 메시지를 이해해야 하는 청각장애우들의 청각적 감성을 보조하기 위해 영상타이포를 제안하였으며 비주얼만으로 전달하기 어려운 감성의 포인트를 영상타이포의 활용으로 명확하게 전달하여 그들과의 감정커뮤니케이션을 공유할 수 있는 통로를 마련하는데 그 목적이 있다.

■ 중심어 : | 영상 커뮤니케이션 | 감성 소통 | 영상 타이포그래피 |

## Abstract

In the past, design used to be known as graphic design for printing medium. However, these days, through video media or multimedia, it has expanded to convey information thanks to the innovative development of the computer, which is digital civilization. Now design, through elaborate plans and projects, is acknowledged as creative work for communications appealing to emotion comprehensively and to transmit information effectively.

This thesis presented a new methodology of mess communication using various elements such as video typography. Furthermore, reflecting feedback from hearing-impaired people, theological background well grounded and the way to proceed in the future were also addressed.

■ keyword : | Video Communication | Emotional Communication | Video Typography |

## I. 서론

### 1. 연구배경 및 목적

오늘날 멀티미디어기술은 인간이 누릴 수 있는 최상

의 커뮤니케이션을 위하여 발전되어 왔다. 이에 새로운 영역의 문화가 창출되고 인간생활에 유익함을 주고 있다. 의미 전달이 획일화되어 소통되던 모더니즘 시대와 다르게 지금의 영상매체는 문자와 말, 그림과 음악 등

이 새로이 어우러져 영상 언어로서 대중에게 폭넓게 소통되고 있다. 대중에게 전달되는 영상물들은 물리적인 양으로 볼 때 그 파급력이 대단하다. 네트워크와 영상 압축기술의 발달로 우리의 일상생활에서 문화적 변화는 거의 눈부실 만큼 진보 되었다. 인터넷의 전면적 보급은 우리를 엄청난 정보의 홍수 속에 살게 하며 대다수의 정보들은 이제 영상으로 전환되어지고 있다. 볼터(Bolter)<sup>1)</sup>가 말한 일종의 규정기술로서의 멀티미디어 기술은 사회적 영향력이 매우 클 뿐 만 아니라 사회 구조 및 의사 전달 체계 등 사회 전반의 구조를 근본적으로 변화시키는 성격을 가지고 있다.

매체와 방법이 달라졌다고 하더라도 인간의 의사소통의 근원은 감성에 있다. 사회적 문화적 커뮤니케이션의 차이를 줄이기 위해 등장한 키워드가 감성이라는 코드라 할 수 있다. 사람의 마음을 움직일 수 있는 '감성'의 코드는 사람마다 모두 다르기 때문에 하나로 정의 내릴 수 없다. 그러나 기술 문명이 발달해도 '인간적인 것'은 여전히 각광받고 있다. 디지털미디어 환경에서의 감성 디자인의 중요성은 일반인들에게는 물론이고 그동안 소외받던 소수 계층에게도 더욱 부각될 수 있다.

영상을 통한 커뮤니케이션은 그동안 신체적 정신적 장애로 인해 의사소통의 어려움이 있었던 장애우에게 자신의 관심 또는 상황을 타인과 교환할 수 있게 하여 사회적 소외감을 줄일 수 있다[9]. 그러나 그러한 발달이 정보 접근에는 용이해졌다고 할 수 있으나 사회 현실적으로 많은 미비점을 남기고 있으며 감성 접근 측면에서 더 많은 부분이 부족하다 할 수 있다. 본 연구는 21세기 정보사회에 있어서 새로운 화두가 되고 있는 감성 소통을 위해 영상 타이포그래피를 이용하여 보는 것은 가능하나 들을 수 없는 청각 장애우들의 감성 커뮤니케이션 연구에 그 목적이 있다.

## 2. 연구내용 및 방법

본 연구의 진행은 문헌연구와 실험으로 진행된다. 먼저 기본적으로 기존 문헌이나 연구 등을 통해 감성 커뮤니케이션에 대하여 정의 하고 매체를 통한 의미 전달

에 있어서 청각 장애우로부터 감성적인 설득력을 이끌어 내 보다 명확하고 효율적인 메시지를 공유할 수 있는 영상 타이포를 통하여 감성적 커뮤니케이션을 실험한다. 정보를 인식할 때 가장 많이 사용하게 되는 감각 기관이 눈과 귀이며 인간이 사용하는 많은 부분의 정보 또한 시각과 청각에 의존하고 있다. 그러나 시각과 청각은 중요한 차이를 갖고 있다. 비주얼은 인식정보인데 반하여 사운드는 감성정보이다. 디지털 기술이 급속히 확장되면서 소리 정보가 가지고 있는 인지적 가능성은 시각이상으로 중요하다는 연구 결과가 나타나고 있다. 이러한 중요성으로 인해 정보 전달의 주요 수단이 시각적 매체에서 시청각 매체로 바뀌었으며 읽는 정보에서 보는 정보로 바뀌었다. 그래픽 표현의 강조점이 정적인 것에서 동적인 표현으로 바뀐 것도 이러한 청각적 인지의 중요성 때문이다. 인간은 모든 매체로부터 끊임없이 영상 자극을 받으면서 메시지를 이해하려고 노력한다. 시각적, 청각적 반응이 가능한 일반인의 경우와는 다르게 청각 장애우들은 시각적인 반응으로만 모든 메시지를 이해해야한다는 어려움이 있다[8]. 이러한 문제의 해결을 위해 청각적 감성을 보조할 수 있는 수단으로 영상 타이포를 제안한다. 비주얼만으로 전달하기 어려운 감성의 포인트를 영상 타이포를 활용하여 보다 명확하게 메시지를 전달할 수 있다. 이미지에 부합하는 감성적 타이포를 조화시킴으로서 가장 효과적인 커뮤니케이션을 유도할 수 있기 때문에 청각 장애우들에게 빠르게 다가갈 수 있는 설득 커뮤니케이션 방법이 될 수 있다. 이러한 가설을 확인하기 위하여 3가지 유형의 영화에 유형별 감성을 표현하는 영상 타이포를 제작하여 청각 장애우들에게 보여주고 그 반응을 실험하였다.

## II. 본 론

### 1. 감성 커뮤니케이션

#### 1.1 감성의 정의

감성은 '사람이 외부의 자극에 대한 어떤 느낌을 가지는 상태나 능력, 감수성'이라고 정의 되며, 철학적으로는 '감각적 자극이나 인상을 받아들이거나, 경험을 수

1) Bolter, J. D., *Turning's Man : Western Culture in the Computer Age*(Chapel Hill : The University of North Carolina Press, 1984)

반하는 자극에 반응하는 마음의 능력이다[13]. 감성은 외부로부터의 감각자극에 대한 반응으로 외부로부터의 감각정보에 대하여 직관적이고 순간적으로 발생하는 것이라 할 수 있다. 또 감성은 복합적이고 종합적인 느낌으로 명확한 표현이 어려운 동시에 개인과 환경변화에 따라 다양하게 변화되는 특성이 있다[12]. 개인의 감성에 영향을 미치는 요인은 개인적인 사항 이외에도 사회적, 문화적 요인이 중요한 비중을 차지한다. 개인적인 감성을 이해하기 위해서는 개인이 속한 사회와 문화에 대한 이해가 필수적이며 동시에 현대의 개인생활과 의식에서 큰 비중을 차지하고 있는 과학기술의 영향도 놓쳐서는 안 된다. 감성은 인간의 생활에서 논리적 사고와 의사결정, 감정의 발생, 행동 등 모든 부분에 깊숙이 영향을 미치고 있다.

## 1.2 소통을 위한 감성 커뮤니케이션

지식, 경험의 공유를 필요로 하는 인간의 커뮤니케이션은 디지털 환경에서 최고의 가치를 공유할 수 있는 커다란 그물망 '네트워크'를 창조했다. 커뮤니케이션은 한 사람으로부터 다른 사람에게 지식이, 경험이, 그리고 정보가 전달됨으로써 성립된다. 인간은 정신적 만족감, 개인적인 호감을 중요하게 생각하며 이성적인 판단력 외에 직관적, 감각적, 감성적인 특성을 매우 중요하게 생각한다. 효과적인 커뮤니케이션이란 문화적, 감성적 이해가 함께할 때 가능하며 커뮤니케이션은 인간적인 특성과 감성적인 가치를 가지고 있어야 한다.

컴퓨터와 인터넷의 사용은 인간이 불을 사용한 것만큼이나 인류에게 많은 변화를 가져다주었다. 네트워크를 통해 어느 때 보다 많은 글을 쓰고 친구나 동료들과 연결되어 있으며 서로 모르는 사람들과도 자유롭게 의견을 나눈다. 사람들은 인터넷을 통하여 자신의 개성과 감성을 당당히 표현하고 있다. 이러한 기술과 방법들이 다양해지면서 인간의 감성 커뮤니케이션에도 새로운 방식이 나타나게 되었고 그에 따라 인간은 자신의 감성을 인공물에 입입하기 시작했다. 가상현실에 오감을 부각시키는 증강현실을, 언제 어디서나 공기처럼 컴퓨터를 사용하고 제어하는 유비쿼터스 컴퓨팅을, 좀 더 가까이 자유자재로 사용하기 위해 웨어러블 컴퓨터를 발

전시켜나가고 있는 것이다. 이제 사람들은 커뮤니케이션의 주요소인 감성에 상징성이나 의미를 담아 풀어나가기 시작했다. 직접적 방법이 아닌 도구나 사물, 혹은 가상의 오브젝트를 통해 자신의 감성, 감정을 전달하고, 그것을 직접적으로 전달하는 것이 아니라 다시 한번, 가공하고 변형시켜 또 다른 수신자와 자신의 사고를 교류하며 그 정보를 이해하고 해석하는 과정에서 새로운 의미가 탄생되고 가치를 경험하게 되기를 기대한다.

## 2. 청각장애우의 감성

### 2.1 문화적 측면에서의 청각장애우의 감성

청각기관의 손상으로 인해 소리를 잘 듣지 못하는 상태를 청각장애라고 한다[11]. 듣지 못하는 사람은 음성언어를 익히기가 어렵다. 이로 인해 음성 언어적인 의사소통에는 어려움을 겪게 되므로 청각장애인은 구화(독화), 수화, 필담 그리고 체스츄어 등으로 의사소통을 하게 된다. 그러나 이러한 시각적인 의사소통방법은 음성언어에 비해 한계가 있다.

문화생활에서 청각장애인은 많은 불이익을 받고 있다. 연극이나 영화는 그저 움직임만 보고 적당히 이해할 수밖에 없으며 가장 가까운 대중문화 매체인 텔레비전에는 자막이나 수화통역이 거의 삽입되지 않기 때문에 일반 국민과 같이 텔레비전 문화의 혜택을 누리지 못한다. 외국의 경우 폐쇄회로를 통하여 자막을 보내고 있으며 자막이 있는 비디오를 청각장애인에게 보급하기도 한다. 문화란 어느 지리적 단위 안에서 그 지역의 체계에 알맞게 형성된 사회화 유형을 말하는 것이며 어느 문화든 제각기 특유한 속성을 가진다. 그리고 그것은 다른 문화와 우열을 논할 수 없다. 그렇기 때문에 수화를 사용하는 집단의 사회문화가 음성언어를 사용하는 사회의 문화보다 열등하다고 말할 수는 없으며 따라서 청각장애인의 문화는 그 고유한 특성이 있는 그대로 인정되어야 하는 것이다[7]. 우리나라 장애인들은 신체적 제약보다 환경적인 제한으로 문화 활동에서 소외되고 있는 것이 사실이다. 각장애인은 소리를 통해 느낌·정보를 설명 받을 수 있는 데 비해 청각장애인은 보는 건 많은데 할 수 있는 건 없어서 문화적 박탈감이 더 심하고 문화적 욕구는 더 높은 편이라 할 수 있다[7]. 현재

우리나라에서 영화, 또는 그 외의 영상을 보는데 가장 어려움을 겪는 소수집단으로는 청각장애우를 들 수 있다. 청각장애인들이 전문적인 문화에 접하게 된 것은 장애인영화제가 시작된 2000년부터라 볼 수 있다[14]. 그나마 농아인협회측이 영화제작사에 요청·항의하거나 국가인권위원회에 탄원해서 한글자막이 나오는 ‘실미도’ ‘태극기 휘날리며’ 등을 최근 단체 관람할 수 있었다. 정보의 빈익빈 부익부 현상이 비단 청각 장애우에 게만 국한 된 것은 아니지만 청각 장애인의 정보 접근성을 높여주기 위해 기술과 감성의 조화가 이루어진 콘텐츠기술(CT)의 연구가 필요하다.

## 2.2 장애인을 위한 영상제작의 선행사례

파리시는 2004년 9월22일 시각장애인과 청각장애인을 위해 파리 6구에 위치해 있는 아를르캥 극장 3개의 상영관 중 두 곳에 특수시설을 갖추었다. 아를르캥 극장은 그동안 한국영화를 비롯한 제3세계영화의 상영에 관심을 가져온 특색 있는 극장이다. 청각장애인을 위한 특수자막과 시각장애인을 위한 오디오 디스크립션 등의 특수시설이 갖추어 그동안 영화 관람에서 소외되었던 사람들도 극장을 찾을 수 있게 하였다. 텔레비전이나 비디오 또는 케이블채널 등은 청각장애인을 위한 특수자막이 상대적으로 보편화되어 있지만 시각장애인을 위한 배려는 찾아보기 힘들었다. 시청각 장애인을 위한 특별 상영은 주중 1일 1회, 주말 1일 2회에 걸쳐 이루어진다. 오디오 디스크립션과 사운드를 설명해주는 특수자막을 만드는 데 드는 비용은 영화 한 편당 7500유로 정도이며 이 비용은 파리시가 부담한다. 한편 적외선 헤드셋의 설비를 위해서는 돌비가 2만유로의 금액을 후원하였다. 특히 이러한 특수시설은 시청각 장애인은 물론 시력과 청력이 쇠퇴한 노년층을 위한 것이기도 하다. 빛과 소리의 매체인 영화를 시청각 장애가 있는 사람들도 향유할 수 있다면 영화의 가능성은 좀 더 넓어질 것이다.

## 3. 감성디자인

감성 디자인이란 사용자의 감성적 욕구를 만족시켜 주는 디자인을 말하며 각각의 오브젝트가 가지는 물리

적 특성과 그에 따른 디자인의 변화요소가 존재한다[3]. 디자인 요소는 오브젝트의 속성에 따라 크기, 모양, 색채, 위치, 소리 등이 있으며 이런 특성들이 조합하여 레이아웃, 타이포그래피와 같은 좀 더 복잡한 요소로 발현할 수 있다[1].

### 3.1 감성표현을 위한 접근방법

감성과 관련된 연구는 삶의 질이 강조되기 시작한 1970년대 이래로 활발하게 연구되어 오고 있다. 다양한 분야에서 감성을 주제로 한 연구들이 진행되어 왔으며, 특히 디자인 분야는 인간과 교감할 수 있는 디자인을 강조하는 만큼 감성 연구가 적용되고 있는 핵심 분야로 다루어진다. 감성을 실제 시스템에 적용하기 위해서는 일차적으로 대상에 대한 기본 감성을 추출하고 관련된 물리적인 속성을 밝힘으로써 물리적 대상에 대한 인간의 심리적 반응과의 관계를 체계화하는 과정이 선행되어야 한다. 대상을 설명할 수 있는 감성의 기본 차원과 물리적인 속성들과의 관계를 분석한 기존 연구들은 주로 시각적인 요소와 관련하여 활발하게 진행되어 왔다. 단색이나 배색, 선 그림에서의 형태와 같은 기본적인 시각 자극과 관련된 감성연구에서부터, 보다 복잡한 요소들로 구성되는 직물이나 인테리어, 웹 페이지와 가전 제품에서 느껴지는 감성에 이르기까지 다양한 영역에서 물리적 대상에 대한 심리적 반응의 관계를 밝히려는 접근이 이루어지고 있다. Kobayashi는 배색에서의 감성차원을 ‘따뜻하다 - 시원하다(warm-cool)’ 와 ‘부드럽다 - 딱딱하다(soft-hard)’의 두 차원으로 설명하고 다양한 색의 조합을 감성 체계에 따라 정리하여 시각 정보에서 감성을 설명하는 기초를 제공하고 있다. 형태적인 속성과 관련된 심리적 반응을 밝힌 연구는 형태를 감성과의 관계를 직접 다루지는 않았으나, 텍스처와 리듬이 정서적인 효과에 영향을 끼치는 요인임을 밝힘으로써 감성 연구에서 형태 문제를 해결할 수 있는 단서를 제공하고 있다.

박수진은 직물에서의 감성을 연구하여 패턴 기초 요소의 색상이나 패턴 기초 요소 배열의 다양성과 관련된 것들이 직물에서의 감성에 가장 큰 영향을 끼치는 요소로 제안하였고, 선지현은 웹 페이지의 배색과 레이아웃

에 의한 효과가 감성에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용하고 있음을 보여주었다. 시각적 대상에서 요구되는 기본 감성을 분석하고 감성과 대응되는 물리적 속성들을 밝힌 연구들은 디자인 과정에 효과적으로 감성을 적용할 수 있는 방향을 제시해 주고 있다.

색이나 형태와 같은 시각 정보의 기본 단위에 따른 심리적 반응을 살펴 본 연구들은 다양한 시각 요소들을 포함하는 복잡한 대상에서 감성에 영향을 끼치는 요인을 분석하기 위한 기초가 되고 있으나 정적인 장면제 제한을 둘 수밖에 없다는 한계가 있다. 실제로 웹 페이지에서의 감성 차원을 밝힌 연구[13]에서도 웹 페이지에 대한 감성이 정적인 이미지에 한정되어 분석되었기 때문에 플래쉬 등의 동영상을 이용한 동적인 장면제 적용하는 데에는 어려움이 있다고 설명하면서, 다른 시각적 요소들과 더불어 움직임 요인에 따른 감성을 설명할 수 있는 연구의 필요성을 제안하기도 하였다. 단순한 도형의 움직임에서 다양한 의미를 추론하거나 특정 정서나 인상들을 경험하는 것을 보여준 연구들은 움직임 속성을 감성의 개념과 연결시킬 수 있는 가능성을 시사한다. Uekita, Sakamoto와 Furukata(2000)는 보다 효과적인 커뮤니케이션을 실현시킬 목적으로 글자의 움직임은 패턴과 여기에서 경험할 수 있는 감성간의 관계를 분석하여 키네틱 타이포그래피에 감성을 적용하려 하였다[2]. 그러나 이들의 연구에 사용된 어휘들이 주로 움직임의 시각적 속성 자체에 기인한 어휘들이었기 때문에 미묘한 감성을 설명하는 데에 부족할 뿐만 아니라, 실험 참가자에게 의미 있는 글자에 대한 감성을 보고 하도록 하였기 때문에 결과에서 설명된 감성이 움직임의 기본적인 속성보다는 글자의 의미에 영향을 받을 가능성이 있다. 하지만 아래에서 글자가 가지고 있는 공감각성과 청각장애우 집단에게 시도되는 이번 연구는 본 연구를 제외하고 아직까지 학문적으로 언급된 바가 없었다.

### 3.2 감성을 전달하는 영상 타이포그래피

타이포그래피(typography)는 활자(type)라는 의미의 연결형'typo'와 표현하고 기술한다는 의미인 'graphy'가 결합된 형태로 활자를 설계하고 제작하고 이용하여

텍스트를 조직하는 활판 인쇄 용어였으나 디지털 미디어 시대에는 편의성과 복제 및 보관 능력이 가능함에 따라 효과적 전달이 용이해 졌을 뿐 아니라 문자가 지닌 조형적 속성과 이미지 창출을 위한 시각적 언어로서의 가능성으로까지 확대 되었다[5]. 타이포그래피는 인간사고의 본질을 공유할 수 있도록 하는 커뮤니케이션을 목적으로 정보의 시각화 과정을 체계적으로 수립하고 원활히 하는 기술들 중 하나이다[6]. 타이포그래피로 보이지 않는 말을 보이게 할 수 있다. 즐겁고, 슬프고, 화나고, 속삭이고, 소리 지르는 등의 감정과 언어적 뉘앙스를 표현할 수 있다[4]. 김미정은 2002년 홍익대학교 시간디자인과 석사논문 '디자인적 표현확장으로서 인터랙티브 디지털 타이포그래피에 대한 연구'에서 활자체의 운용과 표현 면에서의 타이포그래피를 기능적 타이포와 실험적 타이포로 나누어 설명하였다[표 1]. 기능적 타이포가 활자 본래의 기능인 정확한 정보전달 수단을 위한 것이라면 실험적 타이포란 활자를 자유롭게 역동적 표현으로 의미를 강화해 전달하는 타이포를 일컫는다.

표 1. 기능적 타이포와 실험적 타이포

	실험적 타이포	기능적 타이포
목적	실험적 시각전달	언어전달
특징	활자와 타이포요소가 자유롭고 역동적으로 표현 심미적, 미적 긴장감 유도 시적 철학적 분위기 추상이미지 추구	기능과 미의 적절한 조화 대량보급의 목적수행 가독성에 핵심 적절한 활자체와 모양 일반서적, 신문

이번 연구에서는 소리를 듣지 못하는 청각장애우를 대상으로 한 영상타이포를 제작해야 하므로 언어전달과 미를 적절하게 조화하고 가독성을 잃지 않는 타이포의 기능적인 부분과 감성을 교류하기 위한 시적, 철학적, 심미적, 추상적 이미지는 물론 역동적 표현까지 아우르는 타이포의 실험적인 부분까지 고려하였다.

### 3.3 시각적 요소가 감성에 미치는 영향

사랑, 폭력, 슬픔이라는 주제를 갖고 있는 각각의 영상에 캡션을 삽입한다. 캡션 삽입에 있어서의 커뮤니케이션 기법을 다음을 근거로 하였다. 커뮤니케이션 기법

은 커뮤니케이션학을 기반으로 작성되었다.

- 통제된 정보흐름(regulating information flow): 이것은 사용자에게 최상의 정보를 보내기 위해 커뮤니케이션을 통제하고, 또한 과도한 정보로 인한 문제점을 해소하기 위해서 커뮤니케이션의 양과 질 모두를 통제해야 한다는 것이다.
- 감정이입(empathy): 감정이입에서는 전달자를 지향하기 보다 수신자를 지향해야 한다. 그리고 수신자가 알고 있는 점이 무엇인가에 따라 커뮤니케이션의 유형도 크게 달라진다. 감정이입이란 수신자가 그 메시지를 어떻게 해석하고 있는가를 알기 위해 전달자는 수신자 지위의 입장에서 서서 보아야 한다는 것이다.
- 반복(repetition): 반복이란 커뮤니케이션에 학습의 원칙을 도입한 것이다. 그 이유는 메시지의 일부를 이해하지 못하더라도, 같은 메시지가 다시 나타나면 이해하기 쉽기 때문이다.
- 상호신뢰 조성(encouraging mutual trust): 커뮤니케이션에 있어서 상대에 대한 예의와 존경은 무엇보다 중요하다. 존경이란 상대방의 인격과 존재 가치를 충분히 인정하는 것인데, 이러한 인정은 상대로 하여금 심리적 만족감을 느끼게 한다. 상대에 대한 인격적 존중이 전제될 때 예의바른 태도가 나타난다. 그리고 상호신뢰할 수 있는 분위기는 효과적인 커뮤니케이션의 기본이 된다. 상호간 불신의 벽이 있는 경우에는 진정한 의미에서의 커뮤니케이션은 불가능하다.
- 적시성(effective timing): 일반적으로 조직구성원들은 하루에도 수많은 메시지를 접하게 된다. 그러나 이 많은 메시지를 모두 고려하기란 불가능하기 때문에 극소수의 메시지만이 활용되고 대부분의 메시지들이 해독 및 수용되지 못하게 된다. 그리고 지시자가 사용자에게 어떤 정보를 전달하려고 할 때, 전달하려는 정보 외에 다른 정보도 동시에 발생하게 되는 경우가 많다. 이때 발생하는 다른 많은 정보를 메모해 두었다가 그 정보가 꼭 필요할 때를 택해 활용함으로써, 커뮤니케이션의 유

효성을 증대시키는 방법이 된다. 이와 같이 꼭 필요한 정보를 적시에 이용하는 것을 커뮤니케이션의 타이밍 전략, 즉 시간의 적시성이라 한다.

- 단순화된 언어(simplifying language): 언어가 복잡하면 효과적인 커뮤니케이션을 이룩할 수 없다. 만약 교수가 간단한 개념을 복잡한 문제로 바꾼 전문적 용어를 사용할 때, 학생들은 이해하기가 어렵다. 이는 대학에서만 아니라, 어디에서나 일어나는 문제다. 송신자는 수신자가 이해할 수 있는 용어, 상징, 호소 등으로 메시지를 부호화해야 한다.
- 적극적인 경청(effective listening): 커뮤니케이션을 향상시키기 위해서 송신자는 수신자를 이해해야 하고, 이해시키기 위한 방법으로 경청을 들 수 있는데, 구성원들이 진정한 느낌·욕구 등을 표현하도록 하는 방법 중의 하나다. 이는 단지 듣는 것으로 충분한 것이 아니라, 상대방이 전달하고자 하는 말의 내용은 물론 그 내면에 깔려 있는 동기나 정서에 귀를 기울여 듣고 이해된 바를 상대방에게 피드백하여 주는 것이다. 다시 말해 이것은 평가·의견·충고·분석·의문을 전달하는 것이 아니라 상대방이 의미하는 것 그 자체가 무엇인가를 이해하며 듣는 것을 의미한다.

#### 4. 3가지 유형의 영화를 통한 영상 타이포 실험

이번 연구에서는 키워드를 사랑, 액션, 소리로 분류하여 그 주제를 가진 세 가지 유형의 영상(영화에서 추출)에 영상의 감성적 느낌은 물론 배우들의 대사까지 전달할 수 있는 영상타이포를 삽입하여 영상타이포가 쓰이지 않은 영상과 타이포가 쓰인 영상을 차례로 보여줌으로써 청각장애우의 감성 변화를 관찰하였다. 안양장애복지센터의 청각장애우를 대상으로 대조군 없이 실험군 20명으로 실험하였다. 20명 모두는 직업이 없는 상태였으며 8명의 남자와 12명의 여자로 이루어졌다. 이 중 십대가 5명, 이십대가 11명 삼십대가 2명, 사십대가 2명 이었다. 실험은 안양장애복지센터에서 TV를 통해 영상물을 상영하여 이루어졌으며 일반 영상과 영상타이포가 쓰인 영상을 차례로 상영하였다. 실험자들이 영

상의 여운을 느낄 수 있는 시간적 여유를 준 후 19개의 감성 어휘<sup>2</sup> 중 영상을 통해 느낀 감정을 선택하도록 하였다. 또한 개개인에게 인터뷰를 하여 일반영상과 영상 타이포가 삽입된 영상의 이해도를 비교하였다.

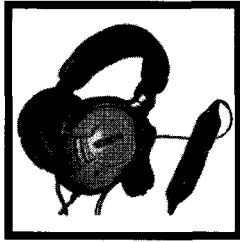


그림 1. 감성전달 실험의 보조로 사용된 AION 진동 헤드셋

본 실험에 있어서 선행된 청각장애 학생들과의 인터뷰를 통해 소리의 진동이 청각장애자에게 많은 도움이 되는 것을 알 수 있었다. 따라서 이번 실험에는 진동을 느낄 수 있는 헤드셋을 준비하고 실험에 임했다. 이 헤드셋의 주요 스펙을 [표 2]에 설명하였다.

표 2. 실험에 사용된 헤드셋 스펙

제품명	AION 진동 헤드폰 [ANK-8000]
타입	Dynamic closed-type Driver 유닛 30mm
임피던스	32옴 (1Khz)
감도	102db/mW
Power handling capacity	500mW

컴퓨터게임과 음악 감상 그리고 영화시청 시 현장감, 박진감, 생동감을 주기위한 진동(서브우프)기능이 가능한 헤드셋을 채택 하였다. 영화상영시 박진감 넘치는 현장감을 주기위한 중저음 우퍼기능이 포함되어 있으며 강약조절기능이 있어 사용자의 개성에 따라 우퍼 강약을 조절할 수 있고 스피커 구조가 착용하기 편한 부드러운 스펀지 재질로 귀를 감싸주는 구조로 되어 있어 장시간 착용해도 무리가 없었다.

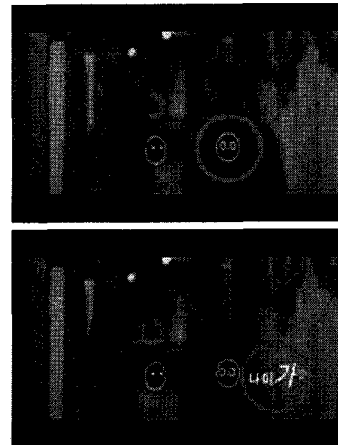
#### 4.1 첫 번째 유형 - 사랑(영화 '아는여자' )

실험에 사용된 영상은 영화 '아는여자'[그림 2]에서 남녀가 멧쩍은 대화를 하며 가까워지는 장면이었다.



그림 2. 장진감독의 '아는여자'

이 장면은 여자는 남자를 좋아하고, 남자는 여자에게 관심을 가지기 시작하면서 궁금한 것을 물어보는 과정이었다. 영화의 성격에 따라 귀여운 얼굴모습의 이모티콘을 사용하였고 대화내용에 따라 타이포의 위치, 강조, 반복 등을 사용하여 감정을 표현하였다. 또 대사의 주요단어 의미 및 키워드에 따라 색상의 변화를 주었다 이 영상에서는 남녀 간에 사소한 질문들을 서로 주고받으며 서로의 관심을 나타내는 미묘한 대화를 디자인 요소로 표현하였다. 또한 커뮤니케이션 법칙 중 감정이입 법칙을 우선시 했다[그림 3].



2) 실험자들의 실문을 위해 19개의 감성어휘를 도출하였다.(간결하다 거칠다 건조하다 경쾌하다 깨끗하다 날카롭다 다이내믹하다 단순하다 무겁다 부드럽다 아자자기하다 생생하다 조용하다 차갑다 청량감있다 쿨하다 짝쩍하다 답답하다 정열적이다)



그림 3. 사랑: '이녀자' 영상타이포

#### 4.2 두 번째 유형 - 액션(영화 '올드보이')

실험에 사용된 영상은 영화 '올드보이'[그림 4]에서 주인공이 독방에서 나와 강패를 만나 싸우는 장면이었다. 싸울 대상 없이 복수심을 키우며 상상훈련을 하던 주인공이 실전에서보다 훨씬 다이내믹하게 결투를 진행한다.



그림 4. 박찬욱 감독의 '올드보이'

이 영화는 빠르게 돌아가는 장면들과 주변사운드가 핵심이다. 또한 사용된 커뮤니케이션 기법은 적시성이다. 주인공들의 동작과 사운드를 대체요소로 절절히 표현하지 못하면 영화의 흥미도가 떨어질 수도 있다는 가정하에 작업하였다. 격투에서 사람이 주먹에 맞을 때 부딪치는 곳에 색상의 변화가 있는 타이포를 삽입하여 주목성과 강렬함을 주었다. 배우의 움직임이나 손동작 등 주변 소리를 타이포를 표현했으면 주먹의 움직임과 함께 타이포를 움직여 이해를 높였다[그림 5].

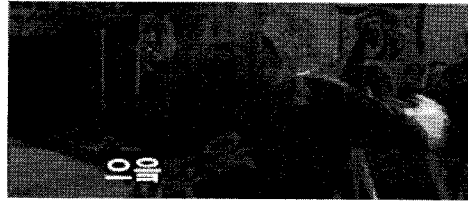


그림 5. 액션: '올드보이' 영상타이포

#### 4.3 세 번째 유형 - 소리(영화 '봄날은 간다')

실험에 사용된 영상은 영화 '봄날은 간다'[그림 6]에서 두 남녀가 대나무 숲에서 대나무 잎이 바람에 흔들리는 소리를 녹음하는 장면이었다.

이 영화는 서정적인 움직임과 주변사운드가 핵심이며 커뮤니케이션 사용될 기법은 반복성이다. 사각사각이라는 말은 딱딱함, 뚜렷함과 같은 느낌이며 보통 사과를 베어물 때, 눈 위를 밟을 때 일어나는 소리이다. 사과나 눈 위에 물리적인 압력이 들어올 때 나는 소리로써 글자에도 그러한 느낌을 표현하였다. 반복적인 타이포그래피 구성으로 대나무 숲의 소리를 의성어로 표현했으며 테이프 감는 소리, 낙엽 밟는 소리 등의 타이포그래피를 삽입하여 표현하였다. 효과음을 나타내는 타이포그래피에는 주변색상과 유사색을 사용하여 영상과의 일치감을 유도하였다[그림 7].



그림 6. 허진호 감독의 '봄날은 간다'



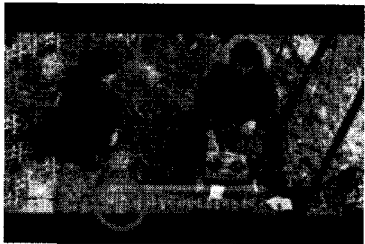


그림 7. 소리: '봄날은간다' 영상타이포

4.4 실험 결과

20명의 실험자들에게 영상타이포가 쓰이지 않은 영상과 영상타이포가 쓰인 영상을 차례로 보여준 후 각각의 반응을 살폈다. 영상의 여운을 느낄 수 있는 시간적 여유를 준 후 설문문을 위해 도출한 [표 3]의 19개 감성어휘를 보여주고 선택하게 하였다.

표 3. 설문문을 위해 도출한 감성어휘

간결하다	거칠다	건조하다	경쾌하다
깨끗하다	날카롭다	다이내믹하다	단순하다
무겁다	부드럽다	아기자기하다	생생하다
조용하다	차갑다	청량감 있다	쿨하다
깜찍하다	답답하다	정열적이다	

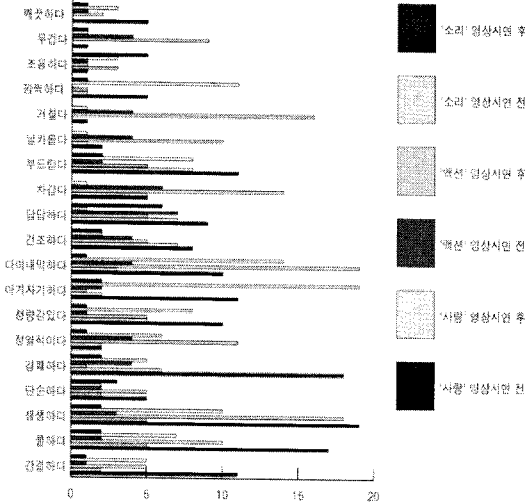
이 결과 영상타이포가 쓰이지 않은 영상의 경우에는 감성어휘를 선택하는데 어려움을 겪었으며 선택한 어휘도 적었고 영상타이포가 쓰인 경우에는 감성어휘를 훨씬 쉽게 선택하는 모습을 관찰할 수 있었다. 이는 영상타이포가 장애우들의 감성을 자극하고 영화의 이해도를 높이는데 기여했다고 보여 진다. 장애우들이 감성어휘를 선택한 결과는 [표 4]에 정리하였다.

표 4. 설문문을 통한 감성어휘 선택의 결과

	영상타이포가 쓰이지 않은 영상	영상타이포가 쓰인 영상
사랑	단순하다	경쾌하다/깨끗하다/아기자기하다/깜찍하다/부드럽다
액션	생생하다/거칠다/정열적이다	거칠다/날카롭다/무겁다/생생하다/정열적이다
소리	조용하다/차갑다/답답하다	쿨하다/조용하다/차갑다/청량감있다

열거한 감성어휘는 20명의 실험자들이 선택한 것이며 선택하지 않은 실험자들도 있었다. 실험자들이 선택한 총 어휘만을 열거하였다. 또한 영상타이포가 쓰였을 때와 쓰이지 않았을 때의 느낌이 어떻게 달랐는지 개별적으로 인터뷰 하였으며 그 전과 후를 비교하여 감성어휘의 선택이 어떻게 바뀌었는지 [표 5] 에 그래프로 작성하여 기술하였다. 인터뷰에서 청각 장애우들은 전체적으로 실험결과 3가지 유형의 영상에서 화면과 내용의 이해는 물론 주인공들의 감정적 변화까지도 읽을 수 있었다고 답변했다. 또한 영상 타이포가 없을 때보다 있을 때 영상에 대한 집중도가 높아졌으며 흥미로워졌다고 대답했다.

표 5. 영상타이포를 통해 변화되어 선택된 감성어휘를 나타낸 그래프



으로써 함께 나아가는 대상이 되어야한다. 이 연구를 통해 영상 타이포가 청각 장애우들의 감성 커뮤니케이션을 향상시키는데 효과가 있음을 입증하였으나 감성을 연출하는데 있어서 영상의 느낌을 표현하는 실험적 타이포와 자막을 처리하는 기능적 타이포를 중심으로 제작하여 주관적인 감성전달이 될 우려의 소지가 있다. 향후 연구는 좀 더 면밀한 실험 디자인의 구성을 통해 실험 연구로서의 타당도와 신뢰도를 높일 필요가 있으며 타이포 뿐만 아니라 색채와 레이아웃, 이모티콘 등을 사용하여 감성의 효과를 살펴 볼 필요가 있다. 연구 결과에 대해서도 심리학자와 사회학자 그리고 장애인 전문가와 같은 전문 인력 간 협력연구를 통해 좀 더 깊이 있는 연구가 필요할 것이다.

참고 문헌

III. 결론

본 연구는 청각장애우의 청각적 감성을 보조하기 위한 영상타이포를 제안하고 실험을 통하여 청각장애우에게 어떤 영향을 미치는지 밝히는 데 있다. 먼저 문화적 측면에서 소외된 청각장애우의 실태를 파악하고 감성을 함께 소통하기 위한 접근방법을 연구하였다. 시각적요소가 감성에 미치는 영향을 반영하여 감성을 전달하는 영상타이포를 제작하여 세가지 유형의 영상에 삽입하는 작업을 하였으며 19개의 감성어휘를 사용하여 청각장애우의 감성 이해도를 산출하였다. 표4와 표5에서와 같이 영상 시연 후, 청각장애우의 감성 어휘 선택의 변화된 결과를 보면 영상의 감성적 이해가 크게 증가했음을 알 수 있다. 이 연구결과는 청각장애우의 감성 공유의 충족 및 소수자들과의 커뮤니케이션을 위한 콘텐츠 개발의 기초자료가 될 수 있다. 이번 논문에서는 영상타이포 그래피가 예술을 위한 커뮤니케이션 도구가 아니라 청각장애우에게 감성전달의 실질적 도구로써 사용 될 수 있는 가능성을 제시하였다. 우리나라 장애인들은 신체적 제약보다 환경적인 제한으로 문화활동에서 소외되고 있다. 더 이상 지식은 특정 그룹에만 배풀어지는 결과물이 아니라 인간 모두가 공유함

- [1] 김미정, 디자인적 표현확장으로서 인터랙티브 디지털 타이포그래피에 대한 연구, 홍익대학교 대학원 시각디자인과 석사학위 청구논문, 2002.
- [2] 박재민, 영상언어로서 무빙타이포그래피의 시간과공간에관한연구, 동덕여자대학교 디자인대학원, 2003.
- [3] 손정영, 컴퓨터그래픽에서 키네틱타이포그래피연구, 성신여자대학교 조형대학원, 2001.
- [4] 서정미, 영상에서 무빙타이포그래피의 이미지 층돌에 관한 연구, 홍익대학교 대학원, 1996.
- [5] 서승연, 인터랙티브 무빙 타이포그래피 연구, 상명대학교 예술디자인 대학원, 2000.
- [6] 장미정, 무브먼트의 그래픽 표현에 관한 연구, 국민대학교 대학원, 2001.
- [7] 한국청각장애자복지회, 청각장애편람, 서울, 한국청각장애자복지회, 1991.
- [8] 최성규, 청각장애아의 심리, 도서출판 특수교육, 1994.
- [9] 나운환, "정보화와 장애인", 「정보사회와 장애인」, 한국정보문화센터, 1997. 12.,p.33
- [10] 권도용, 장애인재활복지, 「체계와 실태」, 홍익

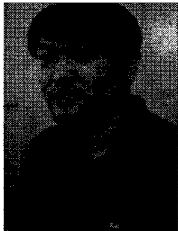
사, 1995.

- [11] 김정열, 장애인과 정보접근권, 「정보사회와 장애인」, 한국정보문화센터, 1999(12).
- [12] 선지현, 웹 디자인에서 배색과 레이아웃에 의한 감성효과, 연세대학교 대학원 석사학위 청구 논문, 2002.
- [13] 선지현, 임은영, 및 한광희, 웹페이지 디자인에서의 세 가지 감성 차원, 한국 인지과학회 춘계학술대회 논문집(서울대학교), pp.117-122, 2001.
- [14] 손연기 “장애인과 정보통신”, 「정보사회와 장애인」, 한국정보문화센터, 1997.12
- [15] 이구형, 인가 감성 특성과 감성의 측정 평가. 한국 감성과학회 연차학술대회논문집, pp193-198.

**저자 소개**

**권 상 오(Snag-Oh Kwon)**

정회원



- 1998년 5월 : Pratt Institute Computer Graphics(BFA)
  - 2005년 2월 : 연세대학교 영상디자인전공(MFA)
  - 1999년 10월 ~ 2001년 10월 : LG AD Art Planner
  - 2001년 11월 ~ 2004년 11월 : IN&OUT Design Chief
  - 2006년 3월 ~ 현재 : 안양대학교 디지털미디어디자인학부 전임강사
- <관심분야> : 영상 디자인, 멀티미디어 콘텐츠

**허 원 회(Won-Whoi Huh)**

정회원



- 1993년 2월 : 국민대학교 전자공학전공(공학사)
  - 1997년 5월 : Pratt Institute Computer Graphics(MFA)
  - 2004년 3월 ~ 현재 : 성결대학교 멀티미디어학부 전임강사
- <관심분야> : 멀티미디어 콘텐츠 디자인