

모션그래픽을 이용한 타이틀디자인의 활용 사례 연구

-KBS, tvN 뉴스프로그램 타이틀 중심으로-

A Case Study of Title Design using Motion Graphic

- Focused on KBS and tvN News Program Title -

김성재
동아대학교

Sung-Jae Kim(ksj70a@yahoo.co.kr)

요약

현대사회에는 수많은 영상미디어의 홍수 속에서 영상미디어는 급속도로 발전하고 있다. 송신자와 수신자 사이의 효과적인 커뮤니케이션 수단으로 영상표현 기법의 한 분야인 모션그래픽이 대두되고 있는 실정이다. 모션그래픽은 수신자에게 정보를 보다 쉽고 정확하게 전달하기 위해 시각정보의 명확성을 부여하고 이미지의 전달과 정보전달의 효과를 높이기 위하여 커뮤니케이션 과정의 효과를 증대한다. 본 연구에서 논자는 사례를 통하여 최근 관심이 커지고 있는 모션그래픽의 한 분야인 타이틀 디자인이라는 짧지만 함축적인 정보의 전달로 강력한 시각전달로 모션그래픽의 표현방법상의 연구와 구조를 분석하여 실무제작에 있어 보다 나은 방향으로 커뮤니케이션의 편리성과 효율성을 향상시키기 위한 모션그래픽의 제작방법을 조명해보고자 한다.

■ 중심어 : | 모션그래픽 | 타이틀디자인 | 영상의 구성 |

Abstract

In the modern times, video media area is dramatically developing and growing. The motion graphic that is one of video presentation technique as an effective communication way between sender and receiver is beginning to make its appearance. The motion graphic provides the clearance of visual information to deliver it more easily and accurately and improves the effect of communication to increase the effect of image and information delivery. In this research, the writer wants to examine the production method of motion graphic to improve convenience and efficiency of communication to the better direction for production process by researching and analyzing the title design and its structure having short and significant information delivery and strong visual presentation function.

■ keyword : | Motion Graphics | Title Design | The Plot of Image |

I. 서론

1.1 연구 목적

1955년 종합유선방송의 등장 이후 최근에는 위성방송, DMB, IPTV 까지 다양한 미디어가 등장한 이러한 현대멀티미디어 사회에서 현대인에 있어서 정보는 이미

지와 텍스트, 시간과 공간, 소리와 음향을 이용하는 다양한 커뮤니케이션 경로를 연구할 수 있는 모션그래픽이 대두되고 있다. 프로그램 타이틀 분야는 특히 빠른 속도로 변화하고 있는 국내의 미디어 환경 속에서 그래픽디자이너 모두에게 매력적인 분야로 그 관심이 높아지고 있다. 소비자에게 있어 수많은 정보전달의 수단으로 모션그래픽은 거의 모든 그래픽 분야에 적용되고 있으며 TV, 영화, 광고, 뮤직비디오, 웹 등의 다양한 매체로 제작되고 있다. 이처럼 급변하는 환경 속에서 소비자들의 의식과 시지각은 날로 성숙하고 진화되고 있다. 특히 그래픽적요소가가장 부각되는 타이틀 디자인의 시각적 예술성과 정보제공은 TV매체에서의 상징적 체계로서 매우 중요한 위치에 서 있다. 따라서 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 영상물을 제작하기 위해서는 모션그래픽의 활용성이 차지하고 있는 부분이 점점 높아지고 있는 실정이다. 미디어의 발달은 단순한 매체의 확장이 아니라 제작자의 입장에서 더 많은 업무의 영역을 확장해 주는 것이다.

1.2 연구 방법

디지털시대를 맞아 2007년 3월 기준으로 케이블TV 시청가구가 1천 4백만 가구에 이르렀는데, 이는 지상파가 시청 가구의 80% 정도를 차지하는 규모다. 시청률 비율도 전체의 40%대를 유지할 정도로 양적으로나 질적으로 급성장했다. 케이블TV가 급성장한 가장 큰 배경 중 하나인 자체 콘텐츠를 제작하고 있다는 사실이다. 그중 자체 제작 비용이 높은 tvN은 대부분의 연령대가 선호하는 케이블 채널로 꼽히고 있으며, 자체제작 프로그램들도 비교적 높은 시청률을 보이고 있으며, 콘텐츠 물량을 늘려가면서 공중파 TV와 경쟁을 하고 있는 실정이다[1]. 본 연구는 뉴스프로그램의 타이틀디자인의 사운드의 속도, 그래픽, 이미지의 주 효과가 타이틀디자인의 선호도에 미치는 영향과 이들 사이의 상호작용 효과를 분석하기 위한 실험을 설계하여 자료를 수집하고 이를 분석하였다. 본 연구를 위한 실험설계를 하기 전에 프로그램 선정에 관한 사전조사가 실시되었다. 프로그램의 선정함에 있어 대학생들이 관심을 갖고 뉴스 프로그램에서 제공하는 정보를 처리할 가능성을

고려하였는데, 그 결과 사회, 연예, 스포츠, 분야가 우선적으로 선정되었다. 후보로 선정된 각 분야별 뉴스의 시청률, 시간대를 탐색한 결과 KBS 9시뉴스와 tvN E NEWS가 같은 시간대인 방송으로 가장 많이 보고 있는 채널임을 발견하여 이들을 본 실험에서 사용할 뉴스 프로그램으로 선정하였다.

II. 본 론

2.1 모션그래픽의 이론적 배경

2.1.1 모션그래픽의 개념

모션그래픽은 의미 그대로 움직이는(Motion), 그래픽(Graphic)을 의미한다. 여기에서 움직임이란 본래 갖고 있는 그래픽의 의미에 시간과 공간이 더해진 개념이다. 시간과 공간, 타이포와 이미지의 움직임, 사운드 등의 요소들을 이용하여 창의적이고 효과적인 영상으로 나타내는 것이 모션그래픽이라고 할 수 있다[2].

2.1.2 모션그래픽의 도입

모션그래픽 분야는 1954년 솔 바스(Saul Bass)의 카르멘 존스(1954), 황금 팔을 가진 사나이(1955), 살인해부(1959) 등의 영화에서 시작된다. 영화에서의 오프닝 타이틀 시퀀스(Opening Title Sequence)는 스토리의 시작 전 관객에게 영화의 감정을 전달하는 매개체가 된다. 이후 영화 타이틀은 본격적으로 영화가 시작되기 전에 영화의 특성들을 그래픽 요소와 영상을 가미하여 관객에게 보여주는 매우 중요한 요소로 자리 잡게 되었다. TV광고에서나 뮤직비디오에서도 점차 감각적인 비주얼 효과가 부각과 함께 케이블 방송 산업 확장으로 타 방송과 차별화된 TV 디자인을 요구하게 된다. 영상은 일반적으로 TV, 영화, 사진에서 나타나는 상을 가르키는 것으로 육안으로 보이는 상은 지각상(표상)이며 눈을 감으면 떠오르는 상은 상상(심상)이다. 캔버스에 그려진 상은 형상상 즉 화상으로 TV, 영화, 사진을 기본으로 성립되나 표상, 상상, 화상과는 전혀 별개의 것이라 할 수 있는 상호 연관성을 갖는다[3]. 영상디자인에 있어 모션그래픽은 동화상, 일러스트레이션, 타이포

그래픽등 각종 그래픽요소들과 공간을 활용한 움직임 을 통하여 정보를 전달하는데 효과적으로 표현하는데 그 목적이 있다.

2.2 모션그래픽의 구성요소

2.2.1 공간

'공간'은 점, 선, 면, 부피 등으로 구성되어 있으며 2차원적인 x축과 y축이 아닌 z축의 3차원적인 공간의 개념을 가지게 된다. 컴퓨터 TV모니터, 그리고 스크린은 프레임 안에서 벗어나지 못하고 있다. 프레임은 또한 활성화된 조망공간의 경계영역을 한정하기 때문에 중요한 구성 요소이다. 프레임경계 영역 안에는 프레임에 포착된 요소들만 보일지라도, 관객들은 경계선 너머로 이어지는 더 넓은 공간을 감지한다. 프레임의 배경을 그라운드(Ground)라고 하며, 플래너 그라운드(Planer Ground)와 리니어 그라운드(Linear Ground)가 있다[4]. 플래너 그라운드는 색채와 명암을 대조시켜 타입을 진출 혹은 후퇴하게 만들으로써 전경과 배경을 설정하는데 중요한 역할을 한다. 리니어 그라운드는 마치 카메라가 물체를 촬영하기 위해 자리 잡은 시점의 각도 같은 개념이며, 카메라의 회전으로 영상 이미지의 긴장감을 조성할 수 있다.

2.2.2 타이포그래피

영상 미디어에서의 타이포의 가장 큰 차이점은 움직임으로 볼 수 있는데, 움직임을 표현하기 위해서는 시간이라는 요소를 포함하게 되고 이로 인해 청각적 표현이 가능하게 되었다. 즉 영상미디어는 활자 미디어의 요소에 시간, 움직임, 청각적 요소가 추가된 것을 말한다. 따라서 전달하고자 하는 내용과 시청각 효과를 통한 상호 결합으로 의미전달의 효율성을 극대화시키고 문자언어를 영상으로 해석함으로써 문자언어가 내포하는 사전적 의미뿐 아니라 시각적 이미지로 보여 질 수 있다[5].

2.2.3 시간 과 움직임

시간은 변화의 차원(dimension of change)이다. 시간은 변화를 기술하는 것을 도우며 변화 없이는 존재할 수 없고, 변화는 시간 없이 존재 할 수 없다[6]. 모션그

래픽에서 각 요소의 시각적 인지를 가능케 하는 것이 시간이라 볼 수 있다. 시간의 조정으로 다양한 시간 흐름의 표현을 할 수 있으며, 3차원의 공간에서 시간적인 요소를 포함 시켜 4차원의 공간으로 확장 시킨다.

2.2.4 사운드(오디오)

영상과 사운드는 동기화가 잘 이루어져야만 영상물이 어색하지 않고 편안하게 심취할 수 있다. 따라서 영상과 사운드가 1프레임의 차이에도 느낌은 많이 달라지게 된다. 사운드는 이미지와 마찬가지로 사실적인 것과 추상적인 것으로 구분 할 수 있는데 사실적인 소리는 구체적인 의미를 전달하며 사실을 지시하고, 추상적인 소리는 스토리 전개에 꼭 필요한 것은 아니고 음원이 잘 드러나지도 않지만 오히려 메시지를 정서적으로 강화시키는 효과가 있다[7].

2.3 타이틀디자인의 구성요소

무비타이틀을 구성하는 요소로서는 타이틀로고, 타이틀백, 색채, 레이아웃, 사운드가 있다.

2.3.1 타이틀로고

특히 모니터 상으로 보는 타이포의 경우 많은 제약을 받는다. 이중 대표적인 예는 서체의 경우 종이에 인쇄된 타이포는 장시간동안 보고 읽을 수 있지만, 모니터를 통해 볼 경우에는 발광현상, 전자파 등 오랜 시간 동안 접할 경우에는 눈의 피로감 뿐 아니라 다른 신체 부분에도 영향을 미친다. 또한 모니터상의 글자크기, 행간, 행의 길이, 자간 등의 요소들은 픽셀 수의 제한성으로 인해 종이 위에 인쇄된 타이포의 품질에 많이 뒤떨어진다. 그리고 연령이나 거리에 따라 읽기 수행 등에 영향을 미치게 되며, 부적절한 행간조절은 보는 이로 하여금 불편을 느끼게 하며 이외에도 대비, 조명등의 환경 적인 요소도 포함된다[8]. 시각은 인간의 오감 중 70%이상을 차지하는 감각기관이다. 이해도 측면에서 문자는 효과적인 설득과 이입의 요소이다. 이 로고만으로도 영화 전체의 내용을 파악할 수 있어야 한다.

2.3.2 타이틀 백

시각적으로 전달하고자 하는 상을 말한다. 내용에 적

합하며 함축적인 재미를 부여해서 흥미와 호기심을 일으켜야 한다. 형과 색채를 표현하는 방법은 영상, 스틸, CG, 드로잉 등 다양한 접근을 해 볼 수 있다.

2.3.3 색채

색채는 크게 두 가지로 나누어 따뜻한 색과 차가운 색으로 구분할 수 있는데, 빨강, 노랑, 주황 같은 따뜻한 색들은 활력 있는 느낌을 주며, 차가운 색인 파랑, 녹색, 보라 색등은 조용하거나 침착한 느낌을 생성해 준다. 밤과 관계된 색은 비활동적인 느낌을 주며, 낮과 관계된 색은 밝은 느낌과 희망을 던져준다. 그래서 짙은 파랑은 정적의 느낌을 주며, 진한 노랑은 희망과 활력을 상징한다[9]. 타이틀에서 색채는 상징성과 분위기를 연출하는데 효과적이다. 하지만 그것에 의존하게 되면 문제가 되기 때문에 항상 조화로우미 중요하다.

2.3.4 레이아웃

타이틀디자인은 16:9라는 비율로 적용해야 하는데 기본적으로 중심선에 가장 중요한 구성요소를 배치해야 한다. 물론 여기에는 많은 변수가 포함되지만 기본적인 예로 전개해본다. 시선은 위에서 아래로 빠져나가게 되므로 신중히 고려해서 디자인한다. 타이틀 레이아웃에 있어서 기본요소는 주목성, 가독성, 명쾌성, 조형성, 창조성, 일괄성을 살려야 한다. 정지된 화면보다 일시적인 움직임 보이는 화면이 주목성이 더 있으며 좌측에서 우측으로 수직보다는 수평이 더 빠르게 느껴진다. 타이틀이 완만한 곡선일 때 인간의 눈은 천천히 그 모양을 쫓아가게 되고 직선이나 왜곡이 심한 곡선에서는 완만한 곡선에 비해 빠르게 확인된다[10].

3.1 연구방법

3.1.1 실험설계

본 실험에는 부산 소재 대학에서 재학 중인 대학생과 경북소재 대학에서 재학 중인 학생 370명이 참가하였고, 불성실한 응답을 한 12부를 제외한 358부를 사용하였다. 각 그룹별 참여자 수는 모든 그룹에서 30명이 넘도록 통제 하였다. 본 연구가 사용한 실험절차는 다음과 같다. 먼저 실험참가자들에게 실험의 목적을 간략하게 설명 하였다. 실험참가자들에게 영상을 보여주지 전,

스틸이미지의 인쇄된 스토리보드형식의 문안을 함께 배포 하였다. 이유는 이미지에 대한 가독성을 이해하기 위함이며 스크린의 영상을 통하여 볼 수 있었다.영상을 감상하기위해 약 5분의 시간동안 2회에 걸쳐 보여준 후, 그 다음 설문지가 배포되었다. 한편 실험참가자들은 설문지에 응답하면서도 영상을 볼 수 있도록 하였다.

3.1.2 측정

본 연구에서 측정한 항목들에는 종속변수로 타이틀 영상에 대한 선호도를 측정 하였으며, 독립변수로는 그래픽, 사운드, 이미지로 크게 나누고 그 안에서 그래픽의 사용(도형,선형), 사운드(속도), 이미지(실사이미지, 가상이미지)로 구분하였으며 독립변수들 간의 상호작용 효과도 함께 측정하였다. 실험측정은 SPSS12.0 통계프로그램을 사용하였으며, 두집단간의 평균의 차이가 유의한지 일원배치 분산분석(One-Way ANOVA)을 실시하였다.

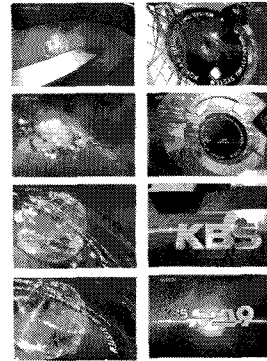


그림 1. KBS 9시 NEWS 메인타이틀

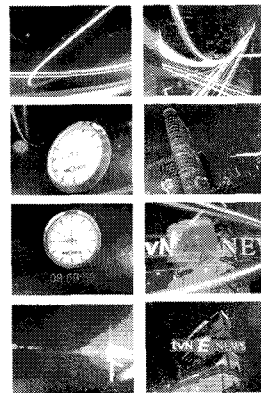


그림 2. tvN E NEWS 메인타이틀

3.2 연구결과 및 분석

표 1. 타이틀 디자인 분석표

		KBS9시 뉴스	TVN E News
그래픽		도형으로 형성된 그래픽사용	선형으로 형성된 그래픽사용
이미지	내용	지구본 및 패턴구성	실제영상(서울 도심지 야경)
	형식	3D 애니메이션	실사 와 병행된 라인 애니메이션
사운드	속도	느리며 균일적임	빠르고 역동적임
	형식	환경음 및 효과음	환경음 및 효과음
텍스트	유형	한글, 영문 혼합	영문
	서체	산세리프	세리프 와 산세리프 혼용
	표현	3D	3D
시간		12초	12초

표 2. 분석결과

구분	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
수정 모형	56,822	6	9,117	5,612	.001
절편	13489.2	1	13489.2	9325,256	.000
사운드 속도	32,576	1	32,576	22,521	.000
그래픽	14,767	1	14,767	11,453	.000
이미지	16,568	1	16,568	12,571	.000
사운드 속도*그래픽	5,657	1	5,657	6,423	.001
사운드 속도*이미지	1,728	1	1,728	0,934	.336
그래픽*이미지	5,721	1	5,721	6,531	.001
오차	1419.04	351	1,447	-	-
합계	14948	358	-	-	-
수정 합계	1475.86	357	-	-	-

3.2.1 독립변수의 주 효과

[표 2]에서 볼 수 있는 바와 같이 사운드 속도와 그래픽, 이미지는 선호도에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사운드 속도와 그래픽 그리고 이미지에 따라 수신자의 영상의 선호도가 달라짐을 의미한다. 즉 사운드의 속도가 빠르고 늦음에 따라, 그래픽이 선형과 도형이냐에 따라 영상에 대한 소비자들의 선호도가 달라짐을 알 수 있으며 실제 이미지와 가상적인 이미지에 따라서도 선호도가 달라진다는 점을 확인할 수 있었다.

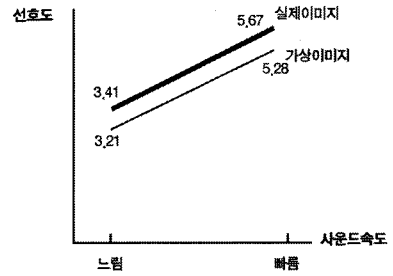


그림 3. 사운드속도와 이미지의 상호작용효과

3.2.2 사운드 속도와 이미지의 상호작용 효과

영상 선호도에 대한 사운드 속도와 이미지(실제/가상)의 상호작용효과는 [표 2]에서 보여주는 바와 같이 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉, 사운드 속도가 빠르고 실제 이미지일 경우 선호도가 평균 5.67로 가장 높은 것으로 나타났으나 사운드와 이미지의 상호작용효과는 통계적으로 유의하지 않게 나타났음을 알 수 있었다. [그림 3]에서 볼 수 있듯이, 전반적으로 사운드 속도가 빠른 경우에 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 가상적 이미지에 비해 실제 이미지로 영상을 만들었을 때 선호도가 더욱 높은 것으로 나타나고 있다.

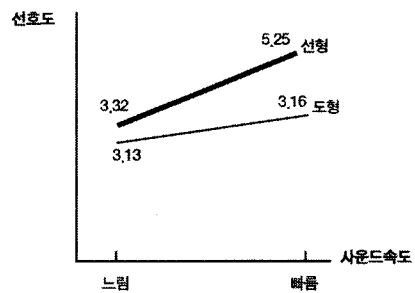


그림 4. 사운드속도와 그래픽의 상호작용효과

3.2.3 사운드 속도와 그래픽의 상호작용 효과

사운드 속도와 그래픽(도형/선형)에 따라 선호도가 달라질 것이라는 점을 분석결과 [표 2]에 보여주는 바와 같이 영상 선호도에 대해 상호작용효과가 통계적으로 유의한 것으로 드러났다. [그림 4]에서 볼 수 있듯이 사운드 속도가 빠른 동시에 그래픽을 선형으로 한 영상

에 대한 소비자의 선호도가 평균 5.25로 가장 높게 나타나고 있으며, 사운드 속도가 느리고 그래픽은 도형으로 되어있을 경우에 전반적인 선호도가 3.13으로 가장 낮게 나타남을 알 수 있었다. 즉, 수신자들은 영상물을 시청함에 있어 사운드 속도가 빠르고 동시에 선형으로 된 영상물을 더욱 선호하고 있음을 알 수 있다.

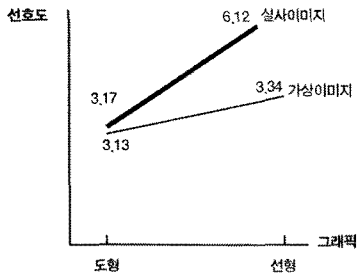


그림 5. 이미지와 그래픽의 상호작용효과

3.2.4 그래픽과 이미지의 상호작용 효과

영상 선호도에 대한 그래픽(도형/선형)과 이미지(실제/가상)의 상호작용 효과를 검증하기 위해 분산분석을 통해 살펴본 결과 [표 2]에서 보여주는 바와 같이 통계적으로 유의한 것으로 드러났다. [그림 5]에서 볼 수 있듯이, 선형 그래픽인 동시에 실제 이미지를 보여줬을 경우 소비자들이 영상에 대한 전반적인 선호도가 6.12로 가장 높은 것으로 나타났으며, 도형 그래픽과 가상적 이미지로 영상이 만들어졌을 때 평균 선호도가 3.13으로 가장 낮은 것으로 조사되었다. 게다가 실제 이미지를 선형 그래픽으로 표현했을 경우 상호작용효과를 통해 영상에 대한 선호도가 매우 높게 조사된 점은 실무 제작에 있어 매우 큰 시사점을 제공할 수 있다고 본다.

III. 결론

4.1 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 뉴스 타이틀 디자인의 제작에 있어 모션그래픽 구성요소들이 영상선호도에 미치는 영향을 실제 사례를 통하여 검증하였다.

첫째, 뉴스타이틀 디자인에서 구성요소인 사운드의 경우 느리고 균일적인 속도의 사운드 보다는 역동적이고 빠른 사운드가 수신자에게 더욱 선호도가 높으며, 이미지의 경우는 3D로만 제작된 가상의 이미지 보다는 실사 촬영 이미지와 병행하여 사용하는 것이 영상에 대한 선호도가 더욱 높은 것으로 나타났다.

둘째, 사운드의 속도와 그래픽(도형/선형)의 상호작용 효과가 있는 것으로, 사운드의 속도가 역동적이고 빠른 동시에 선형으로 제작된 그래픽이 낮은 속도의 사운드와 도형으로 제작된 그래픽 이미지보다 훨씬 영상에 대한 선호도가 좋은 것으로 나타났다. 즉 수신자는 뉴스타이틀을 시청할 때 영상에서 제시되는 그래픽과 사운드의 속도에 의해 반응한다고 할 수 있다.

셋째 그래픽과 이미지에 대한 상호작용효과도 통계적으로 유의하게 나타났다. 구체적으로 뉴스타이틀 디자인에서 선형 이미지의 그래픽이 실사이미지위에 오버랩 되는 경우 3D로만 제작된 이미지보다는 영향이 큰 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 모션그래픽 제작실무자에게 매우 중요한 시사점을 제공하고 있다. 뉴스타이틀 디자인의 표현방식이 암시적인 경우 그래픽의 선정, 배경음악의 선정, 이미지의 활용방법에 신중을 기하여 영상 표현적 요소의 완성도를 높이는 것이 매우 중요하며, 프로그램의 인지도가 낮을 경우 더욱더 타이틀 디자인의 완성도를 높이는 것이 매우 중요하며, 프로그램의 시청률에도 매우 중요한 역할을 한다.

4.2 연구의 한계점과 향후 연구방향

본 연구는 뉴스 타이틀 디자인의 영상선호도에 미치는 영향을 실제 검증하였고, 실증분석결과가 모션그래픽 제작실무자에게 중요한 시사점을 제공했다는 점에서 의의가 있지만, 다음과 같은 한계점을 갖는다.

첫째, 실제 방영되고 있는 타이틀디자인 영상을 사전 조사를 통하여 실증적으로 연구하였으나 현시점에 같은 시간대의 지상파와 케이블간의 시청률조사의 데이터의 확보가 어려워 사전조사결과 두 프로그램(KBS9시 뉴스와 tvN E NEWS)을 선정하여 연구를 진행한 것은 실험자극물의 선정에서 대표성의 문제를 갖는다고 할 수 있다. 따라서 향후연구에서 지상파와 케이블

간의 동시간대의 시청률을 재검증 할 필요가 있다.

둘째, 뉴스 타이틀디자인에 있어 모션그래픽의 구성 요소를 중심으로 그 효과를 검증하였다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있지만, 이는 기존에 많은 연구들에 의해 이루어져왔으며 새로운 분석척도를 이용한 연구가 필요하다.

셋째, 본 연구에서는 영상물에 노출된 실험참가자들이 영상물에 대해 보이는 관여유형과 수준이 유사하도록 통제하고 연구를 진행하였다. 그러나 이러한 실험상황은 두 프로그램에 대해 갖는 관여유형과 수준이 개인에 따라 다를 수 있음을 반영하지 못한 것이다.

마지막으로 실험참가자들이 대학생으로 국한되었다는 점 그리고 뉴스 프로그램이 아닌 타 프로그램이었을 경우 또 다른 결과가 나올 수 있다는 점이다.

영상디자인이 사람들의 정보생활에 상상할 수 없을 만큼 위력을 발휘하며 영향을 미치며 자리매김 함에 따라 그 표현방법 또한 기능적인 면과 실험적인 면을 잘 융합하여 정확한 정보전달의 수단으로 디자인하고 객관적인 관점에서 표현해야 수신자가 공통된 시각으로 받아들일 것이다. 이러한 생동감 있고 역동적인 모션그래픽 제작에 있어 정적인 부분은 디자인원리가 적용되고 동적인 부분의 처리는 영상의 원리가 적용되어야 한다. 본 연구를 통해 영상디자인에 있어 시각적 표현에 있어 암시적인 대안을 개발하여 타이틀디자인에 있어 이를 다양한 각도에서 표현방식을 연구할 수 있다. 영상에서의 핵심주제를 기능적인 가치와 경험적 또는 상징적 가치로 구분하여 그에 따른 표현방식을 개발하여 비교하는 것도 매우 흥미로운 연구주제가 될 것이다.

참 고 문 헌

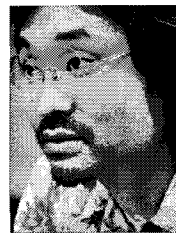
[1] 한국방송광고공사, "광고정보", No.323, pp.82-83, 2008.
 [2] 김미숙, 영상디자인에 있어서 모션그래픽의 활용에 관한 연구, 시각디자인학연구, 제15호, p.114, 2004,
 [3] 황현탁, 한국영상산업론, 나남출판사, p.75, 1995.

[4] 매트울먼, 제프 벨란토니, 원유홍, 무빙타입, 안그라픽스, p.24, 2001,
 [5] 엄문경, 뉴미디어 시대에 있어서의 타이포그래피의 관한 연구, 이화여대 대학원 석사논문, p.45, 1995.
 [6] 루돌프 아른 하임, 김춘일, 미술과 시지각, 미진사, p.368, 1996,
 [7] 임프레스, Web Design, pp.35-36, 2001(9).
 [8] 김성훈, 김홍식, 활자타이포와 디지털타이포에 관한 연구, 디자인과학연구, 제4권, 제3호, pp.91-92, 2002,
 [9] 강승규, 양영중, 인쇄광고 크리에이티브 요소중 칼라의 효과에 관한 연구, 광고학연구, 제9권, 제1호, 1998.
 [10] 류재형, 영화기법론1. 영화진흥공사, p.132.
 [11] <http://www.m-age.co.kr>
 [12] <http://www.kbs.co.kr>
 [13] <http://www.chtvn.com>

저 자 소 개

김 성 재(Sung-Jae Kim)

정회원



- 2005년 : 동명대학교 컴퓨터그래픽학과(디자인석사)
- 2007년 : 동아대학교 경영학과(디자인 마케팅전공) 박사수료
- 2002년 ~ 현재 : 나눔0212디자인 대표

• 2007년 3월 ~ 현재 : 경북전문대학 영상 미디어학과 겸임교수

<관심분야> : 모션그래픽, 컴퓨터그래픽, 광고디자인