

타이포그래피의 체계적 이론을 활용한 그래픽디자인의 실무적 발전 방안

Practical Study for Developing Graphic Design Adopting Systematic Theories of Typography

이기복*, 홍영일**

홍익대학교 조형대학 커뮤니케이션디자인학과*, 홍익대학교 대학원 광고커뮤니케이션디자인학과**

Ki-Bok Lee(key@wow.hongik.ac.kr)*, Young-Il Hong(coyouth@dreamwiz.com)**

요약

현대 사회의 디자인 영역에 있어 타이포그래피는 정보전달과 심미적 기능을 제공하는 차원에서 대단히 중요하며, 특히 오디언스(audience)로 하여금 보다 쉽고 빠르게 이해할 수 있는 가독성 향상에 초점을 맞추고 있다. 그러나 타이포그래피에 관한 선행연구를 분석해 보면 키네틱 타이포그래피(Kinetic Typography)를 중심으로 한 트렌드, 타이포그래피의 해체와 영역 확장, 그리고 조형 예술적 관점에서 분석한 타이포그래피 등으로서 실무차원에서 절실히 요구되는 표현 전략과 타이포그래피의 이론에 근거한 연구는 부족하다. 따라서 본 연구는 타이포그래피의 체계적 이론을 활용하여 그래픽디자인의 효용성 증대를 위한 가이드라인을 제시하고자 하였다.

본 연구를 위해 그래픽디자인 영역에서 세계적으로 인정받고 있는 Creative 38 Annual Awards 등, 2008년과 2009년에 게재된 최근의 작품을 중심으로 타이포그래피의 이론과 접목되는 작품을 연구사례로 선정하여 제시하였다. 또한 타이포그래피를 활용한 그래픽디자인의 표현 전략을 높이기 위한 효용성 증대 방안을 제안하여, 디자이너가 여러 가지 작업을 실행하는데 있어 실질적인 도움을 주고자 하였다. 본 연구는 실무차원에서 그래픽 디자이너들에게 타이포그래피에 관한 체계적 활용 방법을 통하여, 오디언스에게 시각적 감동을 줄 수 있는 창의적인 디자인 발전에 기여할 것으로 기대된다.

■ **중심어** : | 타이포그래피의 체계적 이론 | 그래픽디자인 | 낱자와 낱말 | 행과 문단 | 정렬 |

Abstract

Typography is very important for the delivery of information and for its aesthetic functions, typography focuses on facilitating faster and easier legibility for audience in modern society. But analysis for pre-studies for typography are limited in trend in the center of Kinetic Typography, dissolution of typography and territory extend as well as its typography analyzed by plastic arts aspects to acutely requiring expressing strategy and study based on typographic theory in working-level are insufficient. This study is to apply systematic theory to typography in order to suggest guidelines for increasing utility of typography for graphic design.

It presents case studies, organized by theme, focusing on graphic design artworks featured in world-renowned specialty publications like the Creative 38 Annual Awards during 2008 and 2009. For practical help to designers engaged in various projects, it also suggests practical tactics for development that may enhance creative strategies in the creation of designs adopting typography. This study offers systematic usage methods of typography to the practical graphic designers and expected to contribute to the development of graphic designs that stimulate the visual senses of their audiences.

■ **keyword** : | Systematic Theory of Typography | Graphic Design | Letters and Words | Line and Paragraph | Array |

* 이 논문은 2010학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었음

접수번호 : #101013-011

접수일자 : 2010년 10월 13일

심사완료일 : 2010년 11월 05일

교신저자 : 홍영일, e-mail : coyouth@dreamwiz.com

1. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

타이포그래피는 언어적인 방식을 이용해 메시지를 전달하는 것으로서, 문자로 되어있는 아이디어를 시각적인 형태로 만드는 것이다. 그래픽디자인에 있어 타이포그래피는 단순한 정보전달의 텍스트가 아니라 디자이너의 창의적 재능을 발휘할 수 있는 좋은 도구이다. 필립.B 맥스가 “그래픽디자인의 역사에서 글자이미지는 시대성이 내포된 커뮤니케이션 요소로서 중추적 역할”[1]을 한다고 언급했듯, 앞으로 조형예술에 대한 의미의 확장은 사회, 문화적 인식의 변화와 더불어 기술의 발전에 따른 매체, 환경의 변화 측면[2]에서도 많은 연구가 필요하다고 지적하고 있다.

현재까지 타이포그래피에 관련된 연구를 분석해 보면 크게 키네틱 타이포그래피(Kinetic Typography)를 중심으로 한 트렌드[3-5], 타이포그래피의 해체와 영역 확장[6-8], 그리고 조형 예술적 관점에서 분석한 타이포그래피[9-11] 등으로 요약할 수 있다. 그러나 실무적 활용도가 높은 표현 전략과 타이포그래피의 이론에 근거한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구의 목적은 타이포그래피의 체계적 이론을 활용한 그래픽 디자인의 사례연구를 통해, 그래픽 디자이너가 적절한 타이포그래피를 실행할 수 있도록 하는데 지침을 제공하고자 하였다.

2. 연구의 범위 및 방법

그래픽 디자이너는 타이포그래피의 구성요소를 통해 아름답고 조화로우며 창의적인 제작물을 만들 수 있으며, 대중의 눈과 심리적인 부분까지 고려하여 의도적 또는 감각적으로 타이포그래피를 활용할 수 있어야 한다. 본 연구에서는 그래픽디자인에 있어 중추적인 역할을 하고 있는 타이포그래피 활용의 실무적 발전 방안에 대해 분석하고, 이에 대한 효용성 증대를 위한 방안을 제시하고자 하였다. 먼저, 타이포그래피의 구성요소인 낱자와 낱말, 행과 문단, 정렬 등의 이론적 개념을 정리하고, 타이포그래피의 이론과 접목되는 작품을 연구사례로 선정하여 오디언스에게 시각적 감동을 줄 수 있는

다양한 표현방법을 시사점을 통해 제안하고자 하였다. 구체적 방법으로는 본 연구를 위해 세계적으로 인정받고 있는 디자인 전문서적에서 최근의 그래픽디자인 작품을 중심으로 테마별 사례 연구를 진행하였다. 즉 타이포그래피를 활용한 유수의 그래픽 수상작들이 수록된 Creative 38 Annual Awards 등 2008년과 2009년에 발행된 디자인 전문서적 11권에 게재된 2,434개 작품 중 선별된 17개 작품과, 사례연구에 적합한 별도의 3개 작품을 더해 총 20편의 연구작품을 선정하였다. 연구대상 작품은 실무에서 실력을 인정받은 디자인 전문가 3인의 충분한 검토를 통하여 선정되었는데, 선정된 작품을 카테고리별로 살펴보면 낱자와 낱말 7편, 행과 문단 6편, 정렬 7편 등이다. 또한 사례 연구를 통해서 발견된 부분을 카테고리별로 제안하였다.

II. 이론적 배경

1. 타이포그래피의 기능과 역할

타이포그래피는 타이포(Typo)+그래피(Graphy)의 합성어로 ‘Typos’라는 그리스어에서 그 어원을 찾아 볼 수 있는데[12], 최근에는 문자의 배열 상태를 이야기하는 경우가 많고 나아가서 레이아웃 또는 디자인 등과 같은 의미로 해석하기도 한다. 타이포그래피는 넓은 의미에서 ‘글자에 의한 그래픽디자인(graphic design with type)’으로 정의된다. 즉, 문자를 사용해서 그래픽적인 시각화를 구성하는 것을 말한다[13]. 그래픽디자인의 선행 개념으로써 타이포그래피의 결과는 활자와 활자의 관계가 이루어내는 그 무엇일 수도 있고, 활자의 의미, 활자와 이미지, 활자와 소리 등의 병치, 충돌, 간섭 등을 통해 생성해내는 의도적인 이미지일 수도 있다. 이런 문맥에서 본다면, 타이포그래피 영역은 이른바 활자의 표현을 통한 미학이며, 활자에 의한 특수한 표현 미학이라 하겠다. 바로 이 점에서 활자는 기호나 글자로 대치됨으로써 그 의미 영역이 확장 해석되고 있다[14]. 이렇듯 언어를 독특한 시각 형태로 만들어 줌으로써 그 내용의 이해를 도울 수 있는 표현 방법론과 기술이 타이포그래피이며, 이것은 의미와 사고가 조형적으로 결합된 것이다[15].

타이포그래피는 크게 객관적으로 내용을 전달하는 언어적 기능과 시각적 형태로 보이는 조형적 기능으로 나눌 수 있다. 타이포그래피의 언어적 기능은 문자가 가지는 의미를 전달하는 것으로 객관적인 사실을 전달하는 것을 말한다. 또한 언어적 기능은 타이포그래피의 근본적 기능이기도 하며[16], 전달자의 의도한 내용대로 나타나는 사실들을 그대로 받아들이게 되는 것을 뜻하기도 한다. 15세기 중반 근대 인쇄술의 아버지라 불리는 요한 구텐베르크(Johannes Gutenberg)와 함께 시작된 활자 인쇄와 타이포그래피는, 문화와 메커니즘의 발전에 따라 시대에 부합하는 새로운 양식으로 발전하였다. 활자의 발명은 인쇄물의 산업화를 이루었고 이후 산업혁명을 거치며 인쇄기술의 발전과 다양한 자형의 개발, 그리고 산업사회 구조의 다양화된 시대적 요구에 따라 조형적인 표현을 하기에 이르렀다[17]. 최근에는 활판 인쇄술이라는 좁은 의미에 한정시키지 않고 문자를 이용하여 할 수 있는 모든 것을 타이포그래피의 개념에 포함하기도 한다.

오늘날의 타이포그래피는 디자인에 관련되는 모든 요소, 즉 이미지, 타입, 그래픽 요소, 색채, 레이아웃, 디자인 포맷, 그리고 마케팅에 이르기까지 디자인에 관여되는 모든 행위를 총체적으로 관리하는 명실 공히 시각 디자인의 요체이다[18]. 더불어 멀티미디어(Multimedia)의 등장과 영상 문화의 발달, 디지털(Digital) 기술의 급속한 발전으로 과거 다루기 힘들었던 미묘한 조형적 균형과 복잡성의 한계를 극복하고 강력한 커뮤니케이션을 성취할 수 있는 영역을 확보하게 되었다[19]. 시각커뮤니케이션디자인에 있어서 가장 근본적이며 기초적인 표현요소인 문자를 이용하여 관찰자에게 정보와 사상을 효과적으로 전달하는 것이 타이포그래피의 기능이자 역할이다[20].

2. 타이포그래피의 체계적 이론

아직도 다수의 디자이너들이 타이포그래피의 체계적인 이론적 바탕을 멀리한 채, 자신의 직감적 감각에 의존하고 있는 실정이다[21]. 그러므로 타이포그래피에 관한 보다 체계적인 이론적 연구가 필요하며 기존 타이포그래피의 다양하고 깊이 있는 연구 수준에 어느

정도 접근 하였는가를 살펴보는 것이 중요하다[22]. 본 연구를 계기로 타이포그래피의 체계화된 이론을 정립하고 그래픽 디자이너들의 상호교류가 활성화되었으면 하는 바람이다. 또한 이렇게 개발된 타이포그래피 사례연구는 디자인관련 단체나 학교, 기업체들의 교육 프로그램을 통해 산업현장의 그래픽 디자이너들과 예비 디자이너, 그리고 디자인을 전공하는 많은 학생들에게 전수되어야 할 것이다.

본 연구에서 심층적으로 다룰 타이포그래피의 체계적 이론을 크게 나누면 낱자와 낱말, 행과 문단, 정렬로 분류되는데 이를 간단히 요약하면 다음과 같다. 낱자와 낱말[23]은 자폭과 자간, 어간과 무게, 이탤릭체, 대문자와 소문자, 세리프와 산세리프가 있으며, 행과 문단[24]에는 활자 크기, 행폭, 행간, 문단 등으로 나눌 수 있다. 또한 정렬[25]에는 양끝 정렬, 왼쪽 정렬, 오른쪽 정렬, 중앙 정렬, 비대칭 정렬, 윤곽 정렬 등으로 분류할 수 있다.

3. 그래픽디자인의 개념 및 현황

그래픽디자인은 포스터, 신문·잡지의 광고, 카탈로그, 브로슈어, 북 디자인, 패키지, 판매시점 광고(POS: Point of Sales), 구매시점 광고(POP: Point of Purchase), 직접우송 광고(DM: Direct Mail) 등의 디자인을 가리킨다. '그래픽디자인'이라는 명칭은 1922년 월리엄 애디슨 뒤긴스(William Addison Dwiggins)가 사용한 것이 처음이나 제2차 세계대전의 종전 무렵까지는 이 용어가 널리 퍼지지 못하였고[26], 상업디자인이 광고디자인으로, 또 그래픽디자인으로 바뀐 후, 커뮤니케이션디자인이라는 용어가 생겨났으며, 그래픽디자인과 커뮤니케이션디자인이라는 용어는 현재도 확실한 정의 없이 사용되고 있다[27]. 그래픽디자인은 인쇄물 특유의 조형과 호소력에 큰 의의를 부여하며[28], 문자 중심의 의사소통 구조와 이미지 중심의 의사소통 구조가 상호 작용하면서 새로운 의미 체계를 생성하는 분야라고 할 수 있다[29]. 그래픽디자인의 전통적인 개념은 인쇄과정을 거친 기계적인 대량복제를 전제로 하게 되며[30], 특정한 의미를 의도한 문맥(context)에 맞게 전달하기 위해 기호(sign), 텍스트(text), 이미지

(image)를 적절한 기술적 방법을 이용해 물리적인 바탕 위에 배치시키는 일종의 조형행위라 할 수 있다[31].

그래픽디자인의 이론적 기반은 구성주의, 데 스틸, 바우하우스 같은 아방가르드 운동 및 기관에서 생성되었으며[32], 목적을 달성하기 위한 수단으로 사실주의, 초현실주의 큐비즘, 미래파 등의 기법을 활용해 왔다. 스위스의 M.브루크만, 프랑스의 J.폴롱, 미국의 M.글레이저, P.맥스 및 일본의 가메쿠라 유사쿠 등이 포스터 작가로 활동하던 1960년대 중반에는 언더그라운드 그래픽 등 분위기 위주의 장식적 포스터들이 예술성의 제고(提高)라는 명제와 함께 주목받으며 포스터의 예술성에 대한 논의가 시작되었다[33]. 현대의 그래픽디자인은 가상과 실제 대상에 대한 시각적 아이덴티티(identity)의 부여를 강조하고 무상성과 비형식성을 인정하며 자의성과 즉흥·자발적 참여의 의미를 새롭게 하고 있다. 예를 들어, 아바타 등의 상징적 이미지표현, 패키지나 포스터 등의 무상성(無常性)과 이를 이용한 새로운 그래픽스타일로의 응용, 즉흥적이고 우연의 효과를 살리는 그래픽 레이아웃이나 캘리그래피(calligraphy) 표현, 자율적 탐색과 참여를 유도하는 블로그(blog)를 비롯한 멀티미디어 콘텐츠 디자인 등이 그것이다[34].

III. 타이포그래피의 체계적 이론을 활용한 그래픽디자인 사례

1. 낱자와 낱말

낱자는 1개의 음절을 자음과 모음으로 갈라서 적을 수 있는 낱말의 글자로 자모(字母)라고도 부른다. 낱말은 스스로 일정한 뜻을 담고 있으며, 자립성을 가진 최소 단위이다. [그림 1][35]은 한글의 자음과 모음이 가독성을 해치지 않는 범위 내에서 흐트러져있다. 그리고 그 흐트러짐이 낱자들과의 관계를 통해 몽환적인 움직임 만들어낸다. 단순하지만 많은 이야기를 숨겨놓은 듯한 모습은 호기심마저 불러일으킨다.



그림 1. 광주디자인비엔날레의 2009 포스터

[그림 2][36]는 클로즈업된 오브젝트는 본래의 모습이나 질감과 전혀 다른 새로운 느낌의 재료가 될 수 있다. 낱자 자체를 레이아웃을 이루는 독립적인 오브젝트로 활용했는데, 촬영된 인물 사진과 적절한 조화를 이루며 재미있는 장면을 연출한다.

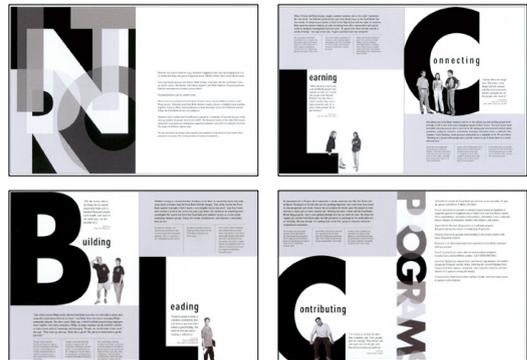


그림 2. Second Harvest Food Bank의 2002/2003 애뉴얼리포트 내지

1.1 자폭과 자간

낱자의 좌우 너비를 자폭(width)이라 부른다. 일반적으로 여유 공간이 많을 때 자폭이 넓은 타입을 사용하며, 칼럼이 좁을 경우 자폭이 좁은 타입을 사용하는 것이 효과적이다. 물론 활자의 종류에 따라 약간의 차이는 있을 수 있지만 자폭이 너무 좁거나 넓은 것은 균형과 가독성에 문제가 있을 수 있다. 한 낱말 안에서 낱자와 낱자 사이의 공간을 자간(kerning)이라 부른다. 자간을 조절하여 시각적 균형을 맞추는 것이 가독성을 높이는 중요한 요소이다. 자간이 좁으면 텍스트가 어두워지며 자간이 넓으면

텍스트가 밝아진다. 적절한 자간은 커뮤니케이션 향상과 시각적 활력을 가져올 수 있다[37]. [그림 3][38]은 왼쪽 페이지 텍스트의 적당한 무게감이 오른쪽 페이지 사진과 절묘하게 대칭을 이루고 있다. 자폭, 자간, 획의 두께, 서체의 크기 그리고 한쪽 지면을 가득 메운 두꺼운 프레임 등이 전체의 무게를 일정하게 유지시켜준다.



그림 3. Lisk + Associates의 2005 애뉴얼리포트 표지

1.2 어간과 무게

낱말과 낱말 사이의 공간을 어간(word spacing)이라 부르며, 행 속에서 낱말들을 리듬감 있게 조화시키는 역할을 한다. 과도하게 넓은 어간은 시선의 연속적 흐름을 방해하며, 너무 좁은 어간은 낱말들을 달라붙게 만들어 낱말로서의 구분을 어렵게 만든다. 낱말은 낱자를 구성하는 획의 두께에 따라 가볍거나 무겁게 보이는데, 이것을 무게(weight)라 부른다. 가는 활자는 배경과 쉽게 구별하기 어려우며, 두꺼운 활자는 내부의 공간이 많이 감소되어 패턴을 잃어버리는 경향이 있다[39]. [그림 4][40]는 화장품이라는 제품의 특성에 게 가볍고 산뜻한 느낌의 서체를 메인카피로 사용했으며, 배경은 선명도가 높은 색조의 모노톤으로 처리했다. 기업의 브랜드 이미지를 얇고 가벼우면서도 화려한 원색의 세련됨으로 고스란히 녹여 놓았다.

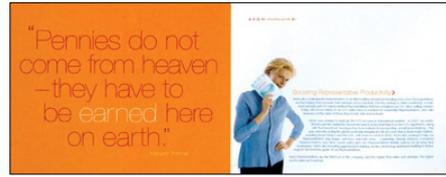


그림 4. AVON의 2003 애뉴얼리포트 내지

[그림 5][41]는 두꺼운 서체의 중압감이 표지 전체의 분위기를 압도한다. 획의 두께는 배경이 되는 공간과 밀접한 관계가 있다. 그것은 제한된 지면에서 배경과 텍스트의 상대적인 밀도에서 오는 차이가 무게감으로 이어지기 때문이다.



그림 5. Mark Studio의 브로슈어 표지

1.3 이탤릭체

이탤릭체(italic)는 유럽 활자의 기본 서체 중 하나로 왼쪽 또는 오른쪽으로 비스듬하게 기울어진 활자이다. 기울어진 각도에 따라 가독성에 큰 문제가 발생하므로 보다 신중하게 사용해야 한다[42]. [그림 6][43]의 지면 전체에 적용된 이탤릭체는 필기체의 손맛과 활자체의 정교함을 동시에 느끼게 한다. 대화형 문장이 주는 생동감이 그대로 묻어있어 호소력이 더욱 강하게 느껴진다.



그림 6. Telecom의 브로슈어 내지

1.4 대문자와 소문자

대문자(upper case)로만 조판된 본문은 가독성이 떨어지 소문자로 조판된 본문을 읽는 것보다 더욱 많은 시간을 요구한다. 소문자(lower case)는 다양한 모양, 올림기둥 어센더(ascender)와 내림기둥 디센더(descender) 등 활자를 식별할 수 있는 시각적 특성들을 포함하고 있어 글의 내용에 몰입하게 하는 데 유리하다[44].



그림 8. renoma swimwear의 2008 카탈로그 내지

1.5 세리프와 산세리프

활자의 형태에 따라 크게 세리프(serif)와 산세리프(san serif)의 두 가지로 나눌 수 있다. 세리프는 명조 계열의 활자로 글자의 가장자리에 부리가 있어 부드러우며 가독성이 높다고 알려져 있다. 그에 반해 산세리프는 고딕 계열의 활자로 글자 가장자리에 부리가 없어 딱딱한 느낌을 주는 것이 특징이다[45]. [그림 7][46]은 세리프의 유연함과 산세리프의 올곧은 힘이 대칭을 이루어 둘 사이에 조화를 만들어내고 있다. 단어의 의미까지 고려한 서체의 선택은 의미 전달의 차원을 넘어 감정의 공유와 소통에 영향을 준다.

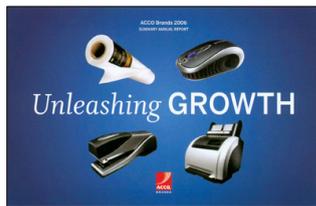


그림 7. ACCO의 2006 애뉴얼리포트 표지

2.1 활자 크기

너무 작거나 큰 본문 활자는 오디언스를 피곤하게 한다. 작은 활자는 속 공간을 과포함으로써 낱말 인식을 어렵게 하는 반면, 큰 활자는 부분적으로만 몰입하게 하여 결국 전체 내용을 파악하는 데 소홀함을 줄 수 있다[48]. [그림 9][49]는 마치 키네틱 타이포그래피를 보는 것 같은 착각이 들 정도로 역동성이 돋보인다. 활자 크기, 행폭, 행간, 문단의 경계를 과감히 허물고 내재된 감정의 이끝립대로 솔직하게 표현된 디자이너의 감각이 시선을 고정시킨다.

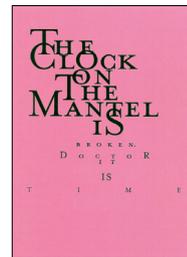


그림 9. Doctor Who vs Type의 포스터

2. 행과 문단

행은 낱자와 낱말들이 가로 또는 세로로 정렬된 글줄의 길이를 말한다. 문단은 글에서 하나로 묶을 수 있는 짧막한 단위로, 문단을 구분하는 여러 가지 시각적 방법을 통해 창의적 표현이 가능하다. [그림 8][47]은 행의 길이와 강조된 낱말, 그리고 문단의 구분 등이 지면 속에ダイナ믹하게 어우러지고 있다. 사진 속의 모델과 레이아웃 구성요소가 비슷한 과장의 리듬으로 서로 춤추듯 어울린다.

2.2 행폭

행폭(line length)이 지나치게 길면 오디언스가 부담스럽고 지루해 하며, 과도한 에너지가 소모되어 다음 행을 찾기에 어려움을 느낄 수 있다. 한편, 너무 짧은 행폭은 빈번한 시선의 좌우 운동을 유도해 내용을 파악할 만한 단서들을 충분히 인식하기가 힘들다[50]. [그림 10][51]은 가독성을 고려한 적절한 행폭의 2단 칼럼 그리드(column grid)로서, 일반적인 인텐트 기법에서 발상의 전환을 이루었다. 문단 첫머리를 들어 쓰는 대신 나머지 부분을 들어 써서 시원한 여백을 준 것이 시각적으로 여유로운 독해 환경을 만들고 있다.



그림 10. STYLE H의 2009 9월호 내지

2.3 행간

행간(leading)은 행과 행 사이에 존재하는 간격으로 시선의 운동을 자연스럽게 도와주는 요소이다. 적절하지 못한 행간은 가독성을 떨어트리며, 조형성에도 나쁜 영향을 미친다. 행과 행 사이의 공간이 너무 좁으면 시선이 다른 행으로 향하기 쉬운 반면 지나치게 넓은 행간 역시 다음 행을 찾기 어렵게 한다[52]. [그림 11][53]은 행과 문단의 특성에 따라 행간을 조절한 형태로서, 텅 빈 공간에 비대칭으로 정렬된 헤드라인이 좌우 공간을 가로지르며 이미지를 대신한다. 창조적이고 능동적인 타이포그래피의 모습은 의료업체 Well Point의 기술 능력과 자신감을 상징적으로 표현한다.



그림 11. Well Point의 2005 애뉴얼리포트 내지

2.4 문단

문단(paragraph)은 내용과 내용이 타이포그래피적으로 구별되어 크게 끊어진 단위를 말한다. 즉, 문단은 내용을 명확하게 하여 오디언스의 이해를 증진시킨다고 할 수 있다. 그러므로 문단을 명확하게 구분시키는 것은 본문에서 매우 중요한 작업이라 하겠다. 문단을 구분하는 방법으로는 레딩(leading), 인덴트(indent), 이니셜(initial), 덩벳(dingbat), 색상(color), 문장의 속성 변화 등이 있다[54]. [그림 12][55]는 상대적으로 여유로운

공간에서 문단을 구분할 수 있는 가장 쉬운 방법인 레딩의 전형을 보여준다. 넉넉한 여백과 심플한 색상은 텍스트와 이미지 모두에 효과적인 커뮤니케이션의 솔루션을 제공하고 있다.



그림 12. Actavis의 2005 애뉴얼리포트 내지

[그림 13][56]은 문단의 구분으로 동물 모양의 덩벳을 사용했다. 제목, 본문의 덩벳, 오른쪽의 이미지들이 하나의 컨셉을 이루며 서로 의미 있게 링크되어 있다. 덩벳이 전체적인 맥락에서 일관성을 유지하는 도구로서 사용되었다.



그림 13. SILKWINDS의 2008 5/6월호 내지

3. 정렬

정렬은 다른 디자인 구성 요소와 조화를 이루도록 텍스트 블록 안에 글자들을 배치하는 작업이다. 정렬 방법마다 각각 장점과 단점이 있기 때문에 글의 성격에 맞추어 적합하게 써야 한다. [그림 14][57]는 개별 요소들은 비대칭이지만 전체의 덩어리는 중앙 정렬의 형태를 취하고 있다. 네트워크 솔루션 전문업체인 Alcatel-Lucent의 다양한 확장성과 속도감을 비대칭으로, 정확성과 신뢰성을 중앙 정렬로 표현하여 상징성과 조형성 두 가지를 모두 고려한 레이아웃이다.



그림 14. Alcatel-Lucent의 2006 애뉴얼리포트 내지

3.1 양끝 정렬

양끝 정렬(justified)은 글줄 왼쪽 끝과 오른쪽 끝이 모두 일직선상에 정렬하는 방식이다. 양끝 정렬은 본문의 텍스트 블록에서 가장 많이 쓰인다. [그림 15][58]의 양끝 정렬은 행폭이 길더라도 다른 정렬과 비교해 볼 때 가독성면에서 매우 유리하다. 긴 호흡의 본문 텍스트와 잘게 쪼개진 캡션이 위아래로 배치되어 기분 좋은 대조를 이루고 있다.



그림 15. Rockwell Collins의 2005 애뉴얼리포트 내지

3.2 왼쪽 정렬

왼쪽 정렬(range left)은 왼쪽 글줄을 기준으로 정렬되어 오른쪽 끝이 들쭉날쭉해진다. 많은 양의 텍스트를 다루거나 행폭이 좁을 경우 효과적으로 쓰인다. [그림 16][59]은 자칫 평범해 보일 수 있는 왼쪽 정렬에서 각 행의 길이를 다르게 조절함으로써 레이아웃의 변화를 도모했다. 문장의 속성 변화를 통한 문단 구분이 함께 사용되어 대비의 긴장에서 오는 재미를 더해준다.



그림 16. Kanda Institute of Foreign Languages의 2008 브로슈어 표지

3.3 오른쪽 정렬

오른쪽 정렬(range right)은 오른쪽 글줄을 기준으로 정렬되어 왼쪽 끝이 들쭉날쭉해진다. 적은 양의 텍스트를 다룰 때 용이하나 실무에는 자주 사용되지 않는다. [그림 17][60]은 사진의 배치에 따라 왼쪽 정렬과 오른쪽 정렬을 선택적으로 사용했다. 사진 속 인물의 시선이나 방향성 등 비주얼적인 요소를 고려해 상황에 맞는 정렬 방법을 감각적으로 적용시켰다.



그림 17. ohrenkuss의 2005 3월호 내지

3.4 중앙 정렬

중앙 정렬(centered)은 중앙을 기준으로 모든 행들이 배열되므로 행폭의 첫머리와 끝이 들쭉날쭉해진다. 적은 양의 텍스트 처리에 용이하며 고급스러운 느낌을 준다. [그림 18][61]은 작지만 화려한 무늬의 새가 흰 여백의 공간을 가로지르며 힘껏 날아오른다. 그 경쾌한 날개 짓은 중앙 정렬된 텍스트로 인해 차분하고 조심스러워 보인다.



그림 18. TELUS의 2005 브로슈어 표지

3.5 비대칭 정렬

비대칭 정렬(asymmetry)은 평범하고 획일적인 디자인을 탈피하기에 좋은 방법이지만, 많은 양의 텍스트를 다루기엔 다소 부담스럽다. 포스터와 광고 등 텍스트의 양이 적은 분야에 적합하다[62]. [그림 19][63]는 비대칭 정렬에 무게와 힘을 더했다. 영국문화예술협회의 자유분방하고 창의적인 사고와 힘 있게 밀고 나가려는 강한

추진력이 표지에서 묻어난다.

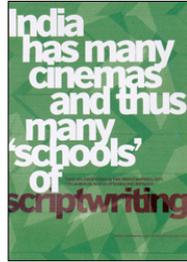


그림 19. BRITISH COUNCIL의 브로슈어 표지

3.6 윤곽 정렬

윤곽 정렬(contour)은 비주얼 요소의 윤곽을 자연스러운 아름다움으로 이용하거나 그것으로 인해 자간 등을 조절해 활자를 다듬는 것으로 가끔씩 필요할 때가 생긴다[64]. [그림 20][65] 상단의 레이아웃은 일러스트레이션과 텍스트가 한 쌍의 커플처럼 한 몸이 되어 춤을 추고 있는 듯한 모습을 보여주며, 적은 양의 텍스트가 사용되었음에도 지면 전체가 가득 차 있는 것 같은 구성력이 돋보인다. 하단의 레이아웃은 남녀가 함께 피겨스케이팅을 즐기고 있는 모습을 연상케 한다.

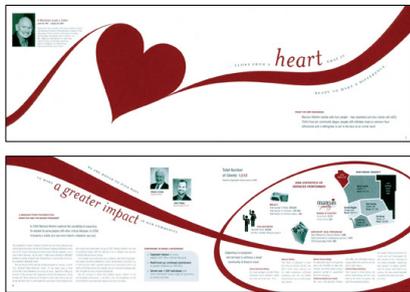


그림 20. mamas kitchen의 2006 애뉴얼리포트 내지

IV. 결론 및 논의

1. 연구결과의 요약

4.1 날자와 낱말에 관한 측면

[그림 3] Lisk + Associates의 2005 애뉴얼리포트 표지는 왼쪽 페이지 낱말의 무게감이 오른쪽 페이지 사진

과 절묘한 대칭을 이루며 안정감을 유지시켜주고, [그림 4] AVON의 2003 애뉴얼리포트 내지는 화장품이라는 제품의 특성에 맞게 산뜻한 느낌의 서체를 메인카피로 사용하며, 기업의 브랜드 이미지를 부드럽고 세련되게 표현하였다. [그림 5] Mark Studio의 브로슈어 표지는 지면을 압도하는 낱말들이 표지를 가득 메우며 독자를 끌어들이고, [그림 6] Telecom의 브로슈어 내지는 이탤릭체의 손맛과 활자체의 정교함으로 생동감을 전달하며, [그림 7] ACCO의 2006 애뉴얼리포트 표지는 세리프의 유연함과 산세리프의 올곧은 힘이 대칭을 통한 조화를 만들고, 단어의 의미까지 고려한 서체의 선택은 감정의 공유와 소통을 극대화시키고 있다.

4.2 행과 문단에 관한 측면

[그림 9] Doctor Who vs Type의 포스터는 활자 크기, 행폭, 행간, 문단의 경계를 허물며 마치 키네틱 타이포그래피를 보는 것 같은 착각이 들 정도로 긴장감을 느끼게 하고, [그림 10] STYLE H의 2009 9월호 내지는 가독성을 고려한 적절한 행폭의 2단 칼럼 그리드(column grid)로서, 문단 첫머리를 들여 쓰는 대신 나머지 부분을 들여 써서 여유로운 독해 환경을 만들며, [그림 11] Well Point의 2005 애뉴얼리포트 내지는 행과 문단의 특성에 따라 행간을 조절한 형태로서, 비대칭으로 정렬된 헤드라인이 좌우 공간을 가로지르며 이미지를 대신하고 있다. [그림 12] Actavis의 2005 애뉴얼리포트 내지는 상대적으로 여유로운 공간에서 문단을 구분할 수 있는 가장 쉬운 방법인 레딩의 전형을 보여주고, [그림 13] SILKWINDS의 2008 5/6월호 내지는 문단의 구분으로 동물 모양의 덩벙을 사용하여 레이아웃 구성요소가 서로 의미 있게 링크되어 있다.

4.3 정렬에 관한 측면

[그림 15] Rockwell Collins의 2005 애뉴얼리포트 내지는 긴 호흡의 본문 텍스트와 잘게 쪼개진 캡션이 위아래로 배치되어 기분 좋은 대조를 이루고, [그림 16] Kanda Institute of Foreign Languages의 2008 브로슈어 표지는 자칫 평범해 보일 수 있는 왼쪽 정렬에서 문장의 속성 변화를 통한 문단 구분으로 대비의 긴장에서 오

는 재미를 더해주며, [그림 17] ohrenkuss의 2005 3월호 내지는 사진 속 인물의 시선이나 방향성 등 비주얼적인 요소를 고려해 왼쪽 정렬과 오른쪽 정렬을 감각적으로 적용시켰다. [그림 18] TELUS의 2005 브로슈어 표지는 작지만 화려한 무늬의 새가 흰 여백을 가로지르며 날지만, 그 경쾌한 날개 짓은 중앙 정렬된 텍스트로 인해 차분하고 조심스러워 보이고, [그림 19] BRITISH COUNCIL의 브로슈어 표지는 비대칭 정렬에 무게와 힘을 더하며, 영국문화예술협회의 창의적인 사고와 강한 추진력이 표지에 묻어난다. [그림 20] mamas kitchen의 2006 애뉴얼리포트 상단의 레이아웃은 적은 양의 텍스트가 사용되었음에도 지면 전체가 가득 차 있는 것 같은 구성으로 윤곽 정렬의 표본을 보여준다.

2. 연구의 시사점 및 논의

현재까지 타이포그래피에 관련된 다양한 연구가 꾸준히 발표되고 있으나, 실무적 활용도가 높은 표현 전략과 타이포그래피의 이론에 근거한 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 타이포그래피의 체계적 이론을 활용한 그래픽디자인 사례를 제시함으로써, 그래픽 디자이너가 적절한 타이포그래피를 실행할 수 있도록 하는데 유용한 가이드라인을 제공하고자 하였다.

본 사례연구를 통해서 확인한 시사점을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 날자와 날말에 관한 측면에서는 날자 자체를 레이아웃을 이루는 독립적인 오브제로 활용할 수 있고, 제품의 컨셉트에 맞는 서체를 메인카피로 사용하여 통일감을 이룰 수 있으며, 세리프의 유연함과 산세리프의 울퉁은 힘을 통한 조화를 만들 수 있다. 둘째, 행과 문단에 관한 측면에 있어서는 행폭, 행간, 문단의 경계를 허물어 키네틱 타이포그래피의 효과를 표현할 수 있고, 문단 첫머리를 대신해 나머지 부분을 들여 써서 인덴트(indent)의 극대화를 통해 여유로운 독해 환경을 만들 수 있으며, 행과 문단의 특성에 따라 행간을 조절하여 가독성을 높일 수 있다. 셋째, 정렬에 관한 측면에서는 평범해 보일 수 있는 왼쪽 정렬과 오른쪽 정렬에서 각 행의 길이를 조절하여 변화를 통한 긴장감을 만들 수 있고, 사진 속 인물의 시선이나 방향성 등을 고려하여 왼쪽 정렬과 오른쪽 정렬 등을 적용해야 하

며, 윤곽 정렬을 활용해 이미지와 텍스트의 선명한 일체감으로 다이내믹한 표현을 연출할 수 있다.

본 연구는 타이포그래피를 활용한 디자인 영역에 있어서 효용성 증대에 가치 있는 정보를 제공할 것으로 기대하지만, 인쇄매체만을 기반으로 한 그래픽디자인 분야에 제한적으로 이루어진 한계점을 가지고 있다. 향후 타이포그래피에 관한 연구에서는 그래픽디자인은 물론 뉴미디어를 포함하는 포괄적인 비교연구를 통해, 학계의 이론적 연구와 더불어 실무적 차원에서 더욱 의미 있는 성과가 이루어지기를 기대한다.

참고 문헌

- [1] 스티븐 헬러, 카렌 포메이로이, *디자이너 세상을 읽고 문화를 움직인다*, 안그라픽스, p.145, 2001.
- [2] 이가영, 문철, “문자를 이용한 그림책의 표현유형과 의미작용”, 기초조형학연구, 제10권, 제4호, p.226, 2009.
- [3] 신내경, “키네틱 타이포그래피의 기호학적 해체성에 관한 연구”, 정보디자인학연구, 제13권, pp.97-106, 2009.
- [4] 이영주, “웹상에서 키네틱 타이포그래피에 관한 연구”, 디지털디자인학연구, 제8권, 제3호, pp.104-114, 2008.
- [5] 최미임, “영상이미지에서 키네틱 타이포그래피 활용 사례 연구”, 일러스트레이션 포럼, 제17권, pp.71-80, 2008.
- [6] 김지아, 김수화 “물성을 지닌 타이포그래피의 기의(記意)확장 가능성에 관한 연구”, 디자인학연구, 제22권, 제5호, pp.277-286, 2009.
- [7] 이병주, “해체주의 타이포그래피 정체성에 대한 비판적 시각과 대안”, 기초조형학연구, 제9권, 제6호, pp.397-408, 2008.
- [8] 장효진, 김지현, “글자의 비언어적 시각표현을 통해서 본 타이포그래피의 영역 확장 가능성과 그 의미”, 기초조형학연구, 제8권, 제1호, pp.541-551, 2007.

- [9] 김광일, “한글 타이포그래피의 조형성 연구: 일러스트레이션 관점에서”, 일러스트레이션 포럼, 제16권, pp.91-100, 2008.
- [10] 유정숙, “한글 디지털 돌움체 조형요소의 변화와 타이포그래피 특징에 관한 연구”, 기초조형학연구, 제11권, 제1호, pp.269-280, 2010.
- [11] 임재선, 전성복, “영화 오프닝크레딧에서 무빙타이포그래피의 조형요소 분석”, 기초조형학연구, 제10권, 제5호, pp.433-443, 2009.
- [12] 이영주, *타이포그래피+디자인*, 청운대학교 출판부, p.12, 2004.
- [13] 김진홍, 김상민, *타이포그래피*, 법서출판사, p.11, 2003.
- [14] 안상수, “타이포그래피적 관점에서 본 李箱 시에 대한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위 논문, p.5, 1995.
- [15] 장효진, 김지현, “글자의 비언어적 시각표현을 통해서 본 타이포그래피의 영역 확장 가능성과 그 의미”, 기초조형학연구, 제8권, 제1호, 2007.
- [16] 서현수, “현대패션에 나타난 타이포그래피에 관한 연구”, 한국복식학회, 제54권, 제2호, p.138, 2004.
- [17] 성정환, 김선주, “한글 타이포그래피 해체를 이용한 패턴 디자인 제작에 관한 연구”, 기초조형학연구, 제8권, 제3호, p.230-231, 2007.
- [18] 원유홍, 서승연, *타이포그래피 천일야화*, 안그래픽스, p.14, 2004.
- [19] 홍영래, “키네틱 타이포그래피의 정보전달 기능에 관한 연구”, 조형예술학연구, 제8호, p.268, 2005.
- [20] 김동빈, “허브 루발린 타이포그래피에서 시각적 유희의 발현에 대한 연구”, 기초조형학연구, 제8권, 제1호, p.38, 2007.
- [21] 홍영일, *디자인을 완성하는 레이아웃과 그리드*, 미진사, p.4, 2010.
- [22] 김서경, “키네틱 타이포그래피의 해체적 경향으로서의 시퀀스에 관한 연구”, 기초조형학연구, 제8권, 제1호, p.50, 2007.
- [23] 얀 치홀트, *타이포그래픽 디자인*, 안그래픽스, pp.48-51, 2008.
- [24] 롭 카터, 벤 데이, 필립 맥스, *타이포그래픽 디자인: 형태와 커뮤니케이션*, 비즈앤비즈, pp.92-93, 2005.
- [25] 앤드류 해슬람, *북디자인 교과서*, 안그래픽스, pp.97-99, 2008.
- [26] Alan & Isabella Livingston, *Graphic Design and Designers*, p.90, 1998.
- [27] Micheal Bierut, William Drenttel, Steven Heller, DK Holland, *Looking Closer*, Allworth Press, p.227, 1994.
- [28] 권상구, *디자인과 생활*, 미진사, pp.30-31, 2008.
- [29] 박경희, “예술 표현으로서의 그래픽디자인, 바바라 크루거의 작품 연구”, 조형미디어학, 제11권, 제2호, p.33, 2008.
- [30] Phillip B. Meggs, *그래픽디자인의 역사*, 미진사, p.10, 2002.
- [31] 김상욱, “그래픽지면 구성요소 분석을 통한 디자인 방법론의 효용성 연구”, 한국디자인포럼, 제22호, p.185, 2009.
- [32] 엘렌 립튼, 에보트 밀러, *커뮤니케이션디자인 리포트*, 디자인하우스, p.62, 2002.
- [33] Phillip B. Meggs, *그래픽디자인의 역사*, 미진사, p.9, 2002.
- [34] 최희정, 김인성, “그래픽디자인에 나타난 유희본능(Play-Instinct)적 시각표현에 대한 연구”, 기초조형학연구, 제9권, 제1호, p.767, 2008.
- [35] 광주비엔날레, *광주디자인비엔날레의 포스터*, 2009.
- [36] *The Most Beautiful Graphic Design*, 河南文芝出版社, pp.312-313, 2005.
- [37] 롭 카터, 벤 데이, 필립 맥스, *타이포그래픽 디자인: 형태와 커뮤니케이션*, 비즈앤비즈, pp.91-93, 2005.
- [38] *The Best of Brochure Design 10*, Rockport, p.203, 2008.
- [39] 원유홍, 서승연, *타이포그래피 천일야화*, 안그래픽스, p.14, 2004.

[40] *Business Layout Top 500*, Hightone Publishers, p.62, 2009.

[41] *The Big Book of Brochures*, Collins Design, p.177, 2008.

[42] 데이비드 주어리, *타이포그래픽란 무엇인가?*, 흥 디자인, p.144, 2006.

[43] *Turn To Page X*, Designer Books, p.243, 2008.

[44] 홍영일, *디자인을 완성하는 레이아웃과 그리드*, 미진사, p.32, 2010.

[45] 원유홍, 서승연, *타이포그래피 천일야화*, 안그래픽스, p.93, 2004.

[46] *Business Layout Top 500 II*, Hightone Publishers, p.10, 2009.

[47] 윈애프씨씨, *renoma swimwear 카탈로그*, pp.4-5, 2008.

[48] 앤드류 헤슬렘, *북디자인 교과서*, 안그래픽스, pp.111-112, 2008.

[49] *Color & Layout*, Collins Design, p.109, 2008.

[50] 원유홍, 서승연, *타이포그래피 천일야화*, 안그래픽스, p.94, 2004.

[51] *STYLE H*, 현대백화점, p.262, 2009, 9월호.

[52] 홍영일, *디자인을 완성하는 레이아웃과 그리드*, 미진사, p.35, 2010.

[53] *Business Layout Top 500*, Hightone Publishers, p.472, 2009

[54] 얀 치홀트, *타이포그래픽 디자인*, 안그래픽스, pp.48-51, 2008.

[55] *Business Layout Top 500 II*, Hightone Publishers, p.14, 2009.

[56] *Creative 38 Annual Awards*, Collins Design, p.233, 2009.

[57] *Capture The Best Page Layout Vol. 2*, Designer Books, p.100, 2009.

[58] *Business Layout Top 500*, Hightone Publishers, p.360, 2009.

[59] *School And Facility*, Pie Books, p.1202, 2008.

[60] *The Big Book of Brochures*, Collins Design, p.148, 2008.

[61] *Business Layout Top 500*, Hightone Publishers, p.420, 2009.

[62] 원유홍, 서승연, *타이포그래피 천일야화*, 안그래픽스, p.94, 2004.

[63] *The Best of Brochure Design 10*, Rockport, p.77, 2008.

[64] 홍영일, *디자인을 완성하는 레이아웃과 그리드*, 미진사, p.46, 2010.

[65] "Classic Of Format B", Flying Dragon Culture, p.36, 2009.

저 자 소 개

이 기 북(Ki-Bok Lee)

정희원



- 1974년 2월 : 홍익대학교 응용 미술전공(미술학사)
- 1982년 8월 : 홍익대학교 광고 디자인전공(미술학석사)
- 1993년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 조형대학 커뮤니케이션디자인학과 교수

인학과 교수

<관심분야> : 광고/그래픽디자인, 타이포그래피

홍 영 일(Young-Il Hong)

정희원



- 2007년 8월 : 홍익대학교 멀티 미디어커뮤니케이션전공(문학 석사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 광고커뮤니케이션 디자인전공(디자인박사과정)

▪ 2008년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 광고홍보학과 겸임 교수

▪ 1999년 3월 ~ 현재 : (주)유스컴 대표이사

<관심분야> : 광고/그래픽디자인, 타이포그래피