

공모전 수상작 분석을 통한 모션 인포그래픽 디자인 트렌드 연구

Motion Infographics Design Trend Analysis of Competition Award-winning Works

임경훈

명지대학교 디자인학부 영상디자인전공

Kyung-Hun Lim(limkh731@gmail.com)

요약

이 연구는 국내외 모션 인포그래픽 공모전 수상작을 대상으로 디자인 트렌드를 분석한 것이다. 정보디자인 측면에서 모션 인포그래픽 디자인 과정을 정보 구조화, 정보 시각화로 나누고 각 단계에서 고려되어야 할 디자인 요소들을 추출하여 각 기준에 맞추어 작품들을 분석하였다. 분석결과 국내외 작품에서 함께 나타난 공통점들은 모션 인포그래픽이란 매체를 통한 커뮤니케이션이 어떤 방식으로 이루어지며 그 방식들의 효용성에 대해 이해할 수 있는 시사점을 주었다. 동시에 차이점을 통해서는 국내외의 모션 인포그래픽에 대한 인식의 차이점을 확인할 수 있었으며 국내 모션 인포그래픽의 다양성 부재, 표현의 획일화 등을 읽어낼 수 있었다. 본 연구의 분석결과는 모션 인포그래픽을 제작하는 실무와 교육 분야에서 디자인 전략 수립의 틀로 그 유용성을 제공할 것으로 본다.

■ 중심어 : | 모션 인포그래픽 | 디자인 트렌드 | 수상작 |

Abstract

This study is a thesis on motion infographics design trend analysis of the domestic and international Competition award-winning works. The design processes of motion infographic which belongs to information design are divided into information architecture and information visualization. The award-winning works were analyzed by Design elements considered in each design processes. The analysis results showed that the similarity seen between the domestic and international are meaningful for understanding how to communicate by motion infographics and the usefulness of the methods. At the same time, the difference between them showed that the two sides recognized motion infographic differently and the domestic works have the lack of diversity and the uniformity of expression. The results provide information used to further establish strategy of design motion infographics in business and education.

■ keyword : | Motion Infographic | Design Trend | Award-winning Works |

1. 서론

1. 연구배경 및 목적

정보화 시대, 개인이 선택하고 소비해야 하는 정보량

이 과거에 비해 증가하였다. 정보량의 증가는 정보를 전달하는 매체의 발달과 함께 그 형태를 다양하게 하며 소비자들에게 전달되어지고 있다. 최근 SNS를 통해 공유되고 있는 그래픽 뉴스나 카카오톡을 통해 새롭게 선

접수일자 : 2015년 08월 26일

수정일자 : 2015년 10월 12일

심사완료일 : 2015년 10월 21일

교신저자 : 임경훈, e-mail : limkh731@gmail.com

보인 #검색 등이 좋은 예라 할 수 있겠다.

정보를 어떤 방식으로 어떻게 전달하는 것이 효과적인 인가에 대한 관심과 연구가 활발해지고 있으며 그 영역도 세분화되고 다양해지고 있다. 인포그래픽은 그 중 데이터를 효과적으로 조직화하고 시각화하여 정보를 전달하는 방식을 말한다. 인포그래픽의 유형은 정보를 담고 있는 매체에 따라 그래픽 인포그래픽, 과 인터랙티브 인포그래픽, 모션 인포그래픽 세 종류로 구분할 수 있다[1].

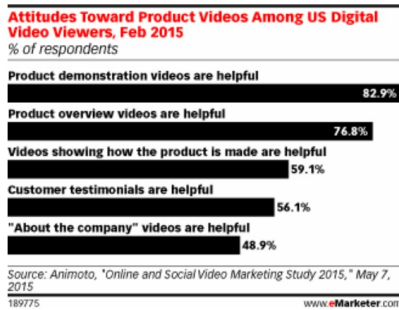


그림 1. 미국내 제품 설명 영상에 대한 선호도
(출처: 2015년 온라인 소셜 비디오 마케팅보고서 ,eMarketer)

멀티 플랫폼 환경에서 TV-PC-Mobile 다채널 이용자(전체 인구의 64.7%)가 증가되고[2] 모바일을 통한 동영상 콘텐츠 소비, 소셜미디어를 통한 동영상 콘텐츠 소비가 증가됨에 따라 인포그래픽과 모션그래픽을 결합하여 정보를 전달하는 모션 인포그래픽은 그 활용도가 확대되면서 제작도 함께 증가하였다. 또한 위 그림과 같이 정보 전달 매체로써 영상에 대한 소비자의 선호도가 높아 관련 영상 콘텐츠 제작이 활발해지고 있다. 즉 고객은 텍스트보다는 제품의 설명 영상을 통해 정보를 접하기를 선호하며 미디어 콘텐츠 소비문화의 변화 속에서 영상을 통한 정보 커뮤니케이션, 모션 인포그래픽이 빠르게 성장하고 있다고 해석할 수 있겠다.

이렇게 정보전달과 커뮤니케이션의 중요한 매체와 수단으로써 모션 인포그래픽이 각광받고 있지만 그에 대한 연구는 부족한 실정이다. 전통적 매체인 인포그래픽이나 정보디자인, 모션그래픽에 대한 연구는 활발히 이루어지고 있는 반면 모션 인포그래픽이라는 개념이

나 카테고리에 대한 인식이 아직 생소하여 정보 전달 매체로써의 연구가 활발히 이루어지지 않은 것으로 보인다.

모션 인포그래픽은 모션그래픽을 기반으로 하고 있기 때문에 모션그래픽의 제작 기술과 표현 기법의 발달과 함께 발전하고 있다. 모션그래픽은 그 표현에 있어 새로움의 가치가 중요하여 다양한 시도와 실험을 통해 표현 영역을 확장하고 있다. 반면 모션 인포그래픽은 정보 전달이라는 목적이 더 중요한 가치이기 때문에 표현에 있어 한계점을 갖게 되고 커뮤니케이션의 한 방식으로 동시대적 소통을 위한 시대적 약속, 트렌드를 갖게 된다.

모션 인포그래픽에 나타나는 트렌드는 현시대의 정보전달, 커뮤니케이션 방식의 결과물이라 할 수 있겠다. 현 트렌드가 가장 효과적인 소통 방식이라고 단정 지을 수는 없지만 트렌드를 통해 드러나는 표현 방식은 현시대에서 모션 인포그래픽이 대중들과 어떤 방식으로 소통하는지 이해하는 데 도움이 되고 동시에 제작자들이 디자인 과정에서 고민해야할 것들은 무엇인지 알 수 있게 해준다.

디자인 트렌드를 읽어내는 방식으로 안소미(2014)는 유명 디자이너, 스튜디오들의 작품의 흐름을 보거나, 디자인 공모전에 나타나고 있는 디자인 특징들을 파악하는 두 가지 방식을 언급하고 있다[2]. 전자의 경우 모션 인포그래픽 분야가 아직 초기라 국내외적으로 인정받는 유명한 작가나 스튜디오가 부족하여 작가 선정 시 필자의 개인적 기준이 들어갈 수 있는 여지가 있고 완성도 높은 작품을 분석할 수 있으나 스튜디오들만의 개성에 치우쳐진 방식이 트렌드로 분석될 우려가 있다. 후자는 공인된 단체에서 선별한 작품들이 수상이 되고 이는 현재 대표적으로 우수한 모션 인포그래픽 작품들이라 할 수 있어 디자인 트렌드 분석에 적합하다 할 수 있겠다.

본 연구는 국내외를 대표하는 모션 인포그래픽 공모전의 최근 수상작을 통해 현재 모션 인포그래픽은 어떻게 디자인되고 표현되고 있는지 살펴보는데 본 연구의 목적을 두고 있다. 본 연구의 결과는 모션 인포그래픽 관련 디자인 실무와 교육 분야에서 디자인 전략 수립의

기초가 될 수 있을 것으로 예상된다.

2. 연구의 범위 및 방법

2.1 연구의 범위

트렌드 분석을 위한 국내·외 공모전에서 국내는 대한민국의 인포그래픽 어워드(이하 KIA)를 선정하였고 국외는 Information is Beautiful Awards(이하 IBA: 공식 명칭은 The Kantar Information is Beautiful Awards이다.)으로 선정하였다.

국내 공모전 같은 경우 주제와 매체 상관없이 모든 인포그래픽 작품을 대상으로 하는 공모전은 KIA가 유일하다. 사단법인 한국인포그래픽협회와 한국도서관협회가 주관하고 있으며 2013년 신설된 공모전으로 2015년 현재, 2014년까지 총 2회 진행된 상황이다. 인포그래픽 관련 국외 공모전으로 Malofiej International Infographic Awards(이하 MIIA)와 IBA가 유명하지만 모션 인포그래픽 영역에서 작품을 공모, 수상하고 있는 공모전은 IBA가 유일하여 IBA로 선정하였다. IBA는 2012년 신설된 공모전으로 전 세계 사람들을 대상으로 데이터 시각화, 인포그래픽, 인터랙티브 시각화, 모션 인포그래픽, 툴, 웹사이트 영역으로 나뉘어 작품을 공모하며 각 영역에서 금상, 은상, 동상을 수상하고 총 영역에서 26개의 수상을 한다[3].

두 공모전에서 KIA는 2회(2013,2014)동안 입선 이상 수상한 작품 20개, IBA에서는 국내와 동일한 기간인 2013, 2014년 Long list 이상의 작품 26개를 각각의 공모전 홈페이지를 통해 수집, 분석하였다[4][5].

2.2 연구 분석 방법

본 연구의 목적은 수상작 분석을 통한 모션 인포그래픽 디자인 트렌드를 읽어 내는 데 있다. 이를 위해서는 모션 인포그래픽 디자인 과정을 이해하고 각 과정에서 고려되는 디자인 요소를 추출하여 트렌드 분석의 기준을 선정하여야 한다.

모션 인포그래픽은 정보디자인의 한 분야로 정보디자인의 방식을 따른다. 정보디자인은 수집된 데이터를

표 1. 국내외 모션인포그래픽 공모전 수상작내역

공모전	연도	수상	제목	
KIA	13	대상	4P for crisis management	
		최우수상	종이를 아끼는 것이 더 큰 나무심기랍니다	
		학생입선	통신수단의 발전	
		학생입선	한강의 기적	
		학생입선	Creativekorea 창의력에 도전하라 코리아	
		학생입선	DMZ	
		스토리텔링상	수출의 탑 250억불	
		학생 우수상	hello memory	
		학생 입선	run korea run	
		학생 우수상	Korea Design	
		학생입선	Save and Share	
		한국정보화진흥원상	SimPL	
		학생입선	대한민국의 발전상	
		학생 정책소통상	안타이 울면	
KIA	14	대상	대한민국 주민등록정보시스템	
		최우수상	SK B	
		학생 최우수	지금은 빅데이터시대	
		학생 최우수	스쿨존 어린이보호구역 홍보영상	
		기업입선	한은금융강좌 안내동영상	
		학생입선	빛공해	
IBA	13	Gold	The Solar System	
		Silver	New York City's greenhouse gas emissions as one-ton spheres of carbon dioxide gas	
		Bronze	BBC Knowledge Explainer - DNA	
		Honorable mention	Bitcoin Explained	
		short list	On the Board	
		short list	Anxiety around the world	
		short list	Fracking explained-opportunity or danger	
		long list	JWTIntelligence-Going Private in Public	
		long list	Live chart	
		long list	BBC News - The new middle class revolution -	
		long list	How Evolution works	
		long list	U.S.Election 2012 - Electoral College Explainer	
		long list	Drover The Lancet Meningitis in Chad	
	long list	Public Opinion Monitor		
	IBA	14	Gold	NYC Taxis: A Day in the Life
			Silver	Beyond Bytes
			Bronze	Everything You Need to Know About Planet Earth
			short list	The Immune System Explained I-Bacteria Infection
			short list	A Rational Fear - Brisbane Nuclear Olympics
			short list	BBC Knowledge Explainer - Pregnancy
			short list	Commonwealth Games preview for BBC News Six & Ten
			short list	CCS- a 2 degree solution
			short list	Daily chart United States of Amoeba The Economist
			short list	For the Love of Mountains
			short list	The Rite of Spring
			short list	100 Years of Rock

분석과 통계를 통해 의미 있는 데이터로 선별하여 조직화하고 정보 시각화 과정을 거쳐 특정한 메시지와 의미를 갖는 결과물로 만드는 과정을 말한다[6].

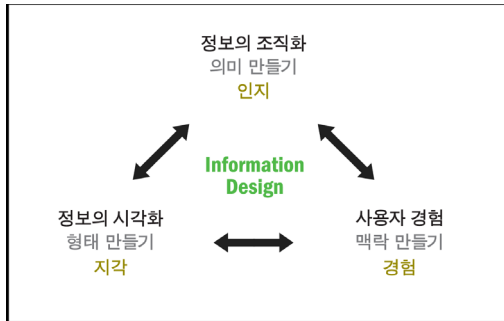


그림 2. 정보디자인 개념도[7]

[그림 2]는 정보디자인을 제작자와 사용자 모두의 관점에서 그린 개념도로 정보의 조직화-정보의 시각화-사용자 경험, 각각의 단계가 유기적으로 연결되어 총체적인 정보디자인 과정이 이루어지고 있음을 보여주고 있다. 여기서 모션 인포그래픽은 사운드, 시간성, 공간성의 추가로 정보의 시각화라는 명칭보다는 형태 만들기 이해해야 적합하다.

이 과정 중 단지 디자인 결과물만을 통해 분석 가능한 영역은 정보의 조직화, 정보의 시각화 과정이다. 이 과정들의 분석을 통해 최근 모션 인포그래픽의 표현 트렌드 외에도 제작과정에서 디자인 요소들을 어떤 방식으로 구성하고자 했는지 또한 읽어낼 수 있었다.

2장에서는 모션 인포그래픽 디자인 구성요소 추출을 위한 선행연구들을 정리하였고 3장에서는 연구에 적합한 디자인 구성요소를 추출하고 그 기준을 통해 작품들을 분석한 후 국내외 트렌드를 비교하였다. 그 분석 결과를 유추하여 디자인 과정상 어떤 점들이 고려되었는지 고찰해보았다.

II. 모션 인포그래픽 디자인 구성요소

1. 모션 인포그래픽

서론에서 언급했듯이 인포그래픽은 그래픽 인포그래

픽, 모션 인포그래픽, 인터랙티브 인포그래픽으로 나뉜다. 그래픽 인포그래픽은 전통적인 인쇄 개념의 정보디자인 영역으로 요즘에는 인쇄뿐만 아니라 다양한 매체를 통해 이미지로써 정보를 전달하는 분야이다. 인터랙티브 인포그래픽은 정보를 사용자의 상호작용에 반응하여 제공하는 방식의 인포그래픽을 말한다. 뉴욕타임즈가 웹을 통해 제공했던 “snow fall[8]”이라는 뉴스가 대표적인 작품이라 할 수 있겠다. 사용자는 상호작용을 통해 뉴스를 보다 적극적으로 다양하게 경험할 수 있게 된 것이다. 모션 인포그래픽은 인포그래픽과 모션그래픽의 합성어로 좁게는 모션그래픽을 통해 정보를 전달하는 방식을 말하며 넓게는 그래픽 인포그래픽에 시간성과 공간성, 사운드를 결합하여 보다 다양하고 효과적으로 정보를 전달하는 방식을 의미한다.

모션 인포그래픽은 시각 정보에 청각 정보를 결합할 수 있어 그래픽 인포그래픽에 비해 좀 더 구체적으로 제작자의 의도에 맞게 전달할 수 있으며 시각과 청각의 공감각을 통해 사용자가 좀 더 정보에 집중할 수 있게 한다. 또한 시간과 공간을 통해 생기는 움직임은 그래픽에 생동감을 주어 주목성을 높여주고 움직임으로 방향, 속도, 캐릭터의 성격, 사건의 흐름 등 추가적인 정보들을 담을 수 있게 된다. 또한 정보의 주제에 맞게 정보를 조직화하여 시간의 흐름 속에서 사용자가 자연스럽게 정보를 접할 수 있는 장점을 가지고 있다.

2. 모션 인포그래픽 구성요소

모션 인포그래픽에 대한 연구가 아직 활발하지 않아 모션 인포그래픽 디자인 구성요소에 관한 직접적인 연구는 아직 선행되지 않았다. 모션 인포그래픽과 모션그래픽의 구성요소 분류나 논문 주제에 맞는 디자인 요소를 분석하는 데 그치고 있었다.

민이범(2014)은 모션 인포그래픽의 구성요소를 크게 시각적 요소, 청각적 요소, 공간적 요소, 시간적 요소, 정보전달 요소로 분류하였다[1]. 각 요소별 구성요소는 다음 표와 같다.

표 2. 모션 인포그래픽의 구성요소[1]

시각적 요소	이미지, 타이포그래피, 컬러, 다이어그램
청각적 요소	내레이션, 배경음, 효과음
공간적 요소	2D, 3D
시간적 요소	프레임
정보전달 요소	시간언어, 음성언어

이윤정(2012)은 모션그래픽의 구성요소를 크게 형태적 측면의 요소와 커뮤니케이션 측면의 요소로 나누고 형태적 측면으로는 그래픽, 움직임, 사운드, 커뮤니케이션 측면으로는 기호, 내러티브로 구분하였다[9]. 이는 모션그래픽의 물리적 속성, 즉 외형적인 구성 요소 개념으로 보는 방식과 비언어적커뮤니케이션의 역할 개념으로 보는 방식으로 나누어 구분한 것이다[10]. 기준에 의한 분류가 다를 뿐 요소들이 따로 기능하는 것이 아니다. 형태적 측면의 요소들은 그 의미를 만들어 커뮤니케이션 측면의 요소들로 해석되어 지는 것처럼 두 영역의 요소들은 유기적으로 연결되어져 있다.

모션 인포그래픽은 구성요소들을 디자인함에 있어 정보 전달이 최우선이다. 이런 이유로 단순 구성요소를 분류하는 것과 다르게 디자인 구성요소를 분류하기 위해서 형태적 측면과 커뮤니케이션 측면 모두 통합, 고려하여 분류할 필요가 있다.

III. 공모전 수상작 모션 인포그래픽 디자인 트렌드 분석

1. 트렌드 분석을 위한 디자인 구성요소 도출

정보디자인의 과정을 살펴보면 시간적으로는 정보의 조직화-정보의 시각화-사용자 경험 순으로 나타나게 된다. 넓은 의미의 정보디자인은 이 세 단계에서 일어나는 과정들을 모두 고려하여 진행되게 되며 이런 의미로 [그림 2]와 같은 순환 구조의 개념도가 나온 것이다. 하지만 실제로 좁은 의미의 정보디자인 과정은 제작자의 손을 거치는 정보의 조직화, 정보의 시각화라 할 수 있겠다.

디자인 트렌드를 분석하기 위해서는 디자인 구성요소 도출이 필요하다. 기준을 통해 트렌드를 분석할 수

있기 때문이다. 2장에서 언급했듯이 디자인 구성요소는 물리적 속성들이 정보전달을 위해 어떻게 디자인 되었는가에 따라 구분되어 질 수 있다. 정보 조직화와 시각화 단계에 맞게 2장의 선행연구 결과를 종합해보았다.

정보의 조직화에서 연관될 수 있는 부분은 내러티브 요소로 결국 정보들을 어떤 플랫폼으로 어떻게 구성할 것인가에 대한 내용이라 볼 수 있다. 필자는 내러티브보다는 내용 구성이라고 칭하였다.

정보의 시각화에서 청각적 요소는 두 선행연구와 동일하게 내레이션, 효과음, 배경음악을 포함시켰으며 타이포그래피, 컬러 또한 시각적 요소로 선정하였다. 레이아웃 같은 경우 정보전달에 중요한 역할을 하는 디자인 요소인 동시에 모션 인포그래픽에 특징적으로 구분되어 나타나 추가하였다. 하지만 다이어그램은 특정한 트렌드를 나타나기에는 부족한 부분이 있어 배제하였다. 공간적 요소인 2D, 3D의 공간성은 그래픽 방식에 적용될 수 있다고 판단하여 그 영역에 포함시킨 대신 공간의 실제성과 가상성에 대한 기준으로 다른 공간성[13]을 추가 분석요소를 선정하였다. 시간적 요소인 움직임은 포괄적인 개념이지만 필자는 모션 인포그래픽에서 의미 전달을 증대하고 주목성을 높이기 위해 중요하게 인식되어 지고 있는 화면전환 과정을 따로 구분하여 애니메이션과 화면전환으로 나누어 분석하였다.

커뮤니케이션 측면의 기호는 정보전달에 중요한 기준이며 요소이다. 하지만 디자인 트렌드를 분석하기에는 이미지의 기호화 부분이 모션 인포그래픽의 당연한 특성이며 그 의미가 크지 않을 것으로 보여 배제하였다. 종합한 결과는 다음 [표 3]과 같으며 각 디자인 구성요소들마다 항목들을 더 세분화하였다.

표 3. 디자인 과정상 고려되어야 할 디자인 구성요소

디자인 과정	디자인 구성요소	
정보의 조직화	내용 구성	
정보의 시각화	청각적 요소	내레이션
		효과음
		배경음악
	시각적 요소	그래픽 방식
		레이아웃
		컬러
		타이포
		공간
	시간적 요소	애니메이션
		화면전환

1.1 정보의 조직화

주제가 결정되면 데이터를 수집하고 이를 분석하여 데이터를 재배열하고 조직화하게 된다. 이 과정에서 디자이너들은 사용자가 효과적으로 정보를 이해할 수 있도록 정보 구성 방식에 대해 고민하게 된다. 즉 시간의 흐름 안에서 정보들을 어떤 방식으로 전달할 지에 대해 고민하게 되는 것이다. 수상작 분석을 통해 정보들을 어떤 식으로 구성했는지 분석하고 분류하였다.

1.1.1 내용구성

수상작 분석을 통해 모션 인포그래픽의 내용구성 방식을 크게 선형, 비교와 대비, 타임라인, 원인과 결과, 내러티브, 계층 구조로 나눌 수 있었다. 내용구성에 따른 정보전달 방식은 다음 표와 같다.

표 4. 내용구성에 따른 정보전달 방식

내용구성	정보전달 방식
선형	기승전결 구조에 맞게 정보를 나열하여 전달
비교와 대비	정보들 간의 정성,정량 비교
타임라인	시간의 흐름의 기준에 따라 정보 전달
원인과 결과	정보의 원인과 결과를 전달
내러티브	서사구조를 갖고 이야기를 통해 정보 전달
계층구조	정보 간의 계층을 갖고 구조적으로 정보 전달

모션 인포그래픽은 주제에 맞는 주된 내용구성 방식을 통해 정보를 전달하면서 동시에 세부적으로는 여러 구성방식을 사용한다. 예를 들어 역사와 관련된 주제는 타임라인을 통해서 정보를 전달하는 것이 일반적이다. 동시에 역사 정보 중 일 부분은 한 사건을 다른 사건들과 비교하면서 전달할 수 있는 것이다. 본 연구에서는 작품의 가장 주된 구성 방식이 어떤 것인지에 초점을 맞추어 분석하였다.

1.2 정보의 시각화

모션 인포그래픽은 시각적 요소, 청각적 요소, 시간적 요소로 구체화되고 그 형태를 갖게 된다. 시각적 요소로는 그래픽 방식, 레이아웃, 컬러, 타이포그래피, 공간 개념을 들 수 있다. 청각적 요소로는 내레이션, 배경음악, 효과음이 있다. 시간적 요소는 시간을 통해 만들어지는 애니메이션과 화면전환 요소를 들 수 있다.

1.2.1 시각적 요소

자크 베르탱(Jacques Bertin)은 정보 시각표현에 있어 기본 그래픽 요소로 위치, 크기, 형태, 명도, 색상, 기울기, 질감, 7가지를 선정하고 각 요소들이 정보의 구분, 위계, 보조적 역할을 한다고 밝혔다[11]. 이 7가지 요소들이 그래픽 인포그래픽에서는 중요한 요소이지만 모션 인포그래픽에서는 그 중요도가 다르다. 움직이지 않는 이미지에서 정보의 구분, 대비를 위해서는 다양한 그래픽 요소들을 필요로 하지만 모션 인포그래픽에서는 그런 정보들을 애니메이션이나 청각적 요소들로 충분히 전달할 수 있기 때문이다.

표 5. 모션그래픽 그래픽 스타일 분류[12]

모션그래픽 그래픽 스타일		
동양화	타이포그래피	카툰
3D 그래픽	솔리드 컬러	오브제 애니메이션
라인드로잉	로투스코핑	일러스트레이션

모션그래픽에서 그래픽 스타일은 그래픽적인 표현의 경향을 말하는 것으로, 전체적인 느낌이나 정서, 분위기를 결정짓는 데 중요한 역할을 한다[12]. 따라서 모션그래픽에서는 트렌드 분석을 위해 [표 5]와 같이 그래픽 스타일을 여러 가지로 나누어 분석한다. 하지만 모션 인포그래픽은 그렇게 나누기에 스타일이 한정적이어서 큰 의미를 갖지 못했다. 따라서 그래픽 방식으로 크게 2D, 2.5D, 3D, 실사 이미지, 영상으로 나누고 어떤 방식들이 주로 쓰였는지 분석하였다.

레이아웃은 크게 가운데 정렬, 다양한 레이아웃, 고정된 레이아웃으로 나뉜다. 애니메이션과 모션그래픽스 디자인은 크게 보았을 때 영화의 한 지류이며 이 두개의 영역에서 이용되는 시각 언어와 효과는 대부분 영화에서 차용되어 상황에 맞게 수정되거나 증폭된 것이다 [11]. 영화에서 사용되는 레이아웃을 차용하는 모션그래픽과 다르게 모션 인포그래픽에서는 레이아웃이 크게 다양하게 사용되지 않고 있다. 정보를 주로 가운데 배치, 잘 전달하기 위함으로 보인다.

그래픽 인포그래픽에서 컬러가 정보의 구분이나 강조를 위해 사용되고 있다면 모션 인포그래픽에서는 작품의 분위기나 스타일, 통일성을 위해 주로 쓰이고 있

었다. 컬러를 사용함에 있어 키 컬러(key color) 개념이 있는지 컬러를 제한적으로 사용하고 있는지, 어떤 기준 없이 자유롭게 사용하고 있는지 구분하여 분석하였다.

표 6. 컬러 사용 분류 기준

키 컬러 사용	제한된 컬러 사용	다양한 컬러 사용
영상에서 반복적으로 사용되는 주된 컬러로 적게는 1개에서 많게는 10개 안팎으로 사용한 경우	다양한 컬러가 사용되더라도 그 컬러들이 여러 씬에서 반복적으로 쓰이고 제한된 경우	씬이나 물체마다 기준 없이 다양한 컬러를 사용하는 경우
키 컬러 사용예시	제한된 컬러 사용 예시	다양한 컬러 사용 예시
 <p>주황, 노랑, 청록</p>	 <p>다양한 물체가 표현되더라도 제한된 컬러가 반복적으로 사용</p>	 <p>같은 색을 사용하지 않고 다양하게 사용</p>
 <p>태양계 행성 색을 키 컬러로 설정</p>		

모션 인포그래픽에서 타이포그래피는 부가적인 요소로 쓰이거나 내레이션 대체용으로 사용되고 있었다. 타이포그래피의 활용 목적을 정보 전달용, 수치 전달용, 내레이션 반복, 내레이션 내용으로 나누고 어떤 서체가 어떻게 사용되었는지 분석하였다.

민이범(2014)은 모션그래픽의 공간을 2, 3차원적으로 해석하였고[1] 최병일(2010)은 공간을 실제공간과 추상적으로 재구성된 공간(이하 필자는 가상공간 칭함)으로 구분하였다[13]. 필자는 모션 인포그래픽에서의 공간성을 후자에 가깝다고 생각하고 정보를 공간에 배치하는데 실제에 가까운 공간에 배치하였는지 아니면 자의적으로 해석된 공간에 배치하였는지 구분 작품들을 분석하였다.

1.2.2 청각적 요소

청각적 요소는 모션 인포그래픽에 있어서 필수요소는 아니다. 선택적으로 사용가능하며 정보 전달에 있어 보조적인 역할을 한다. 청각적 요소는 크게 내레이션, 효과음, 배경음악이 있다. 작품마다 이 세 요소들의 유무의 분석을 통해 각 요소마다 그 활용 정도에 대해 분석하였다.

1.2.3 시간적 요소

시간을 통해 그래픽은 움직임을 갖게 된다. 애니메이션은 사용자가 정보를 지각하고 인지하는데 도움을 주는 역할을 한다. 모션 인포그래픽에서 주된 애니메이션 효과는 크게 오브젝트 출현 애니메이션과 오브젝트 속성 애니메이션으로 나눌 수 있었다. 오브젝트가 화면상 나타나게 만들어주는 움직임을 오브젝트 출현 애니메이션으로 보고 오브젝트의 속성에 맞는 움직임, 예를 들어 자동차 바퀴의 회전 같은 애니메이션을 오브젝트 속성 애니메이션으로 분류하여 분석하였다.

모션 인포그래픽은 다른 모션그래픽에 비해 화면 전환이 중요한 요소이다. 사용자의 시선을 계속적으로 붙잡아 정보전달력을 높이고 내용의 주제들이 연결성 있게 전달되기 위해 다양한 화면전환 기법들이 사용되고 있었다. 작품들을 통해 분석한 결과 오브젝트 이동, 장식적 그래픽 효과, 카메라 이동, 컷, 디졸브, 오브젝트 기준, 기본도형 와이프 전환으로 나눌 수 있었고 자세한 내용은 다음 [표 7]과 같다.

표 7. 모션 인포그래픽 화면전환 분류

화면전환	설명
오브젝트 이동	오브젝트가 화면에 나가고 들어오므로 인해 화면 전환되는 방식
오브젝트 기준 (몰핑 효과 포함)	오브젝트들이 확대되거나 다른 물체로 몰핑되면서 화면전환하는 방식
장식적 그래픽효과	다양한 그래픽의 등장으로 화면전환되는 방식
기본도형 와이프 (wipe)	원이나 사각형의 기본도형들이 회전, 이동하면서 새로운 프레임을 만들어내는 방식
카메라 이동	카메라가 움직여(줌인&아웃,틸트,팬) 새로운 화면으로 전환되는 방식
컷	새로운 화면으로 편집되는 방식
디졸브	새로운 화면이 점차적으로 전환되는 방식

2. 모션 인포그래픽 트렌드 분석

2.1 내용구성

내용구성은 정보의 주제와 소재에 따라 다양하게 나타날 수 있다. 그럼에도 불구하고 국내의 작품 중 70% 넘는 작품이 선형, 비교와 대비 방식을 통해 정보를 구성하고 있는 경향이 나타났다.

국내 작품 중 타임라인 방식으로 한 6 작품들은 모두 2013년 작으로 자유주제가 아닌 “달라진 대한민국”이라는 2013년 공모 주제에 맞게 각 시대별 한국의 발전

상을 보여줄 수 있게 내용구성을 타임라인 방식으로 한 결과로 보인다. 국내 작품 중 선형 방식이 가장 많은 것은 서론-본론-결론 방식의 내용구성을 주로 사용하고 있는 것으로 해석할 수 있겠다.

국외 작품은 단순 정량적 비교 소재들, 예를 들어 2012 미국 대선, 세계의 유명산들 비교, 태양계 행성들 비교 등과 같은 것들이 많아 비교와 대비 방식의 작품들이 많이 나타난 것으로 보인다.

이처럼 내용구성 방식은 소재, 주제에 따라 결정되는 경우가 많다. 국내외의 모두 근소한 차이이기 하지만 소재의 선택에서부터 내용구성 방식까지 국내는 선형, 국외는 비교와 대비에 더 치중되고 있음을 알 수 있었다.

표 8. 모션 인포그래픽 내용구성

	국내작품	국외작품	총계
선형	9(45%)	6(23%)	15(33%)
비교와 대비	5(25%)	13(50%)	18(39%)
타임라인	6(30%)	4	10
원인과 결과	0	2	2
내러티브	1	1	2
계층구조	1	0	1

2.2 그래픽 방식

국내외 작품 모두 2D 그래픽방식이 주를 이루었다. 이는 손정현(2014)이 인포그래픽에서는 의도하지 않은 의미의 잡음이나 해석의 혼란 여지를 줄이기 위해 단순 화시킨 벡터(Vector)형태의 이미지를 많이 이용한다고 한 주장을 통해 이해할 수 있는 경향이다[14].

국외 작품 같은 경우 2D 그래픽 이외에도 다양한 그래픽 소스(사진, 영상, 3D)들을 사용하고 Full 3D 작품도 있는 반면 한국은 3D 그래픽 사용도 적고 다양한 시도들이 이루어지지 않고 있다. 이는 국내 모션 인포그래픽 작품들의 형태나 표현이 고착화될 우려를 보여주는 현상이다.

표 9. 모션 인포그래픽 그래픽 방식(중복체크)

	국내작품	국외작품	총계
2D	20(100%)	23(88%)	43(93%)
2.5D	1(5%)	3(12%)	4
3D	5(25%)	9(35%) full 3D 작품: 2	14
사진	0	4	4
영상	0	3	3

2.3 레이아웃

국내외 국외 작품들의 레이아웃 경향은 큰 대비를 보여준다. 국내는 가운데정렬이 주를 이루고 있는 반면 국외는 다양한 레이아웃이 가장 많고 가운데 정렬, 고정된 레이아웃 순으로 나타났다.

정보전달을 위해 전달하고자 하는 콘텐츠를 주로 가운데에 배치하는 경우가 가장 많았다. 따라서 가운데 정렬로만 이루어진 작품, 가운데정렬과 함께 다양한 레이아웃을 사용한 작품, 화면 변환 없이 고정된 프레임 안에서 고정된 레이아웃으로 정보 전달하는 작품으로 분류, 분석하여 위와 같은 결과를 얻었다.

표를 통해 알 수 있는 것은 그래픽 방식에서와 같이 레이아웃에서도 국내에서는 일정한 형식으로 모션 인포그래픽을 기획, 제작되어지는 경향이 있다는 점이다. 그에 반해 국외 같은 경우 다양한 레이아웃이 나타나는 이유로 3D 그래픽에서 3D 카메라를 통한 오브젝트들의 다양한 배치를 시도할 수 있었던 점을 들 수 있으며 국내에서 전혀 볼 수 없는 고정된 레이아웃 작품도 국외에서는 적지 않게 나타나는 점을 볼 때 국외에서는 여전히 다양한 시도들이 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

표 10. 모션 인포그래픽 레이아웃

	국내작품	국외작품	총계
가운데정렬	17(85%)	6(23%)	23(50%)
다양한 레이아웃	3	16(61%)	19
고정된 레이아웃	0	4(15%)	4

2.4 컬러

컬러는 작품의 통일성과 정보 전달의 효과를 높이는 데 중요한 요소이다. 대부분 제작 이전에 컬러 계획을 세우고 전체 작품의 성격에 맞는 컬러를 결정한다. 국내는 다양한 칼라가 사용된 작품이 총 11작품으로 이중 10작품이 학생작품이었다. 이는 컬러 계획 없이 제작에 들어가서 생긴 현상으로 풀이된다. 국내 작품들은 다양한 컬러 사용작 외에는 키 컬러를 설정한 것으로 나타났으며 기업의 아이덴티티, 작품의 통일성, 작품의 정체성을 나타내는데 주로 사용되었다.

국외 수상작의 특이점으로는 키 컬러 없이 제한된 컬러

리의 사용(36%)이었다. 제한된 컬러를 통해서도 작품의 통일성이 유지되며 내용상 소재가 다양하여 표현해야 하는 오브젝트가 많은 경우 다양한 컬러 군에서 몇 가지를 골라 제한적으로 반복해서 사용하는 추세였다.

표 11. 모션 인포그래픽 컬러

	국내작품	국외작품	총계
키 컬러	4	3	7
키 컬러+제한된 컬러	3	3	6
키 컬러+다양한 컬러	2	6	8
제한된 컬러	0	10(38%)	10
다양한 컬러	11(44%)	1	12
실제 컬러	0	1	1

2.5 타이포그래피

전체적으로 타이포그래피는 정보전달용으로 많이 사용되고 있었다. 주로 이미지 정보를 추가 설명하는 타이틀, 부가적인 설명글 등이 정보전달 방식으로 사용되었다. [그림 3]에서 알 수 있듯이 정보전달용에는 수치 정보도 포함된 것으로 분류하였으며 수치 정보만 타이포그래피로 표시한 작품들은 따로 수치전달용으로 나눠 분석하였다.



그림 3. 정보전달용 타이포그래피 사용의 예 (왼쪽: 타이틀, 오른쪽: 부가 설명)[15][16]

주목할 만한 것은 국내에서만 내레이션을 반복하는 방식으로 타이포그래피를 사용한 작품들이 나왔으며 내레이션을 대신한 타이포그래피 사용은 국외에서만 나왔다는 점이다. 국외 작품 중 16작품(64%)이 내레이션(사운드)이 있었으며 없는 나머지 9작품 중 6작품이 내레이션을 타이포그래피로 대신하고 있었다. 내레이션이 없는 나머지 3 작품들이 뉴욕 택시 이동경로 정보의 시각화, 움직이는 그래픽 악보, 단순 유명한 정보 비교라고 본다면 특별한 소재 아닌 이상 국외에서는 대부분의 인포 모션그래픽들은 내레이션 스크립트를 제

작하는 것으로 해석할 수 있겠다.

국내외 대부분(93%) 산세리프체를 사용하였으며 보통 서체는 1개를 선택하여 서체가족을 사용하는 것으로 나타났다. 산세리프체가 정보의 객관성이나 신뢰성을 높이기 때문에 주로 선택되어지는 것으로 분석되어진다. 세리프체를 사용하더라도 국내는 산세리프체와 함께 사용하였으며 국외는 단독으로 산세리프체를 사용하기도 하였다.

표 12. 모션 인포그래픽 타이포그래피

		국내작품	국외작품	총계
역할	정보전달	15(75%)	18(69%)	33(72%)
	수치전달	3(15%)	1(4%)	4
	내레이션반복	2(10%)	0	2
	내레이션대신	0	6(23%)	6
	사용안함	0	1(4%)	1
서체 사용	1서체사용	10(50%)	20(77%)	30(65%)
	2서체사용	7	4	11
	3개이상	3	1	4
	세리프사용	2(혼합)	1(단독)	3

2.6 배경 공간

모션 인포그래픽에서 중요한 오브젝트는 대부분 도상기호(Iconic sign)형식으로 표현하여 실제와의 유사성을 통해 쉽게 지각, 인지되도록 하였다면 배경은 가상의 추상적인 공간개념으로 많이 사용되었다.

가상공간이라고 분류된 작품들 안에서도 실제 공간에 대한 표현들이 나오기는 하지만 작품 전체 공간의 개념이 가상에 치우쳐져 있고 내용상 공간개념이 부가적인 경우 모두 가상공간 개념으로 분류하였다. 가상공간 개념이 주를 이루더라도 실제 공간에 대한 표현이 실제에 가까운 경우나 실제 공간이 내용상 중요도가 높을 경우 실제공간성을 같이 포함하는 것으로 간주, 가상+실제 공간성으로 분류하였다.

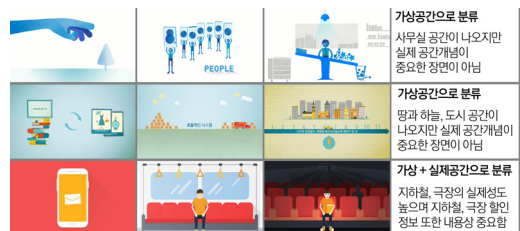


그림 4. 공간개념 분류의 예

표 13. 모션 인포그래픽 배경 공간

	국내작품	국외작품	총계
가상	15(75%)	14(54%)	29(63%)
실제	1(5%)	5(19%)	6(13%)
가상+실제	4(20%)	7(27%)	11(24%)

2.7 애니메이션

애니메이션의 가장 큰 역할은 화면에 그래픽 요소를 등장시키는데 있었다. 보통의 영상에서 애니메이션의 개념이 오브젝트 속성 애니메이션으로 인식되는 것과 다른 점이다. 국내 같은 경우 단순 오브젝트 출현 애니메이션으로만 영상을 제작한 경우가 10작품(50%)이나 되었다. 국외도 출현 애니메이션(20작품:80%)을 많이 사용하긴 했지만 그 안에서 속성 애니메이션(20작품 중 16작품:74%)도 동시에 사용하는 경향이 더 많이 나타났다.

표 14. 모션 인포그래픽 애니메이션(중복체크)

	국내작품	국외작품	총계
오브젝트 출현	18(90%)	21(81%)	39(85%)
오브젝트 속성	8(단독:2)35%	18(단독:2)69%	26(56%)
없음	0	1(4%)	1(2%)

2.8 화면전환

국내는 다양한 화면전환이 다양하게 이뤄진 반면 국외는 카메라 이동과 오브젝트 이동으로 인한 화면전환이 많이 이루어졌음을 알 수 있었다. 국외는 카메라 이동 화면전환을 사용한 11개 작품 중 3D 그래픽을 사용한 작품이 3개 밖에 되지 않는 것으로 보아 2D, 3D 그래픽 방식과 화면전환은 상관관계가 적었지만 11개 중 9작품의 레이아웃이 다양한 레이아웃을 사용하는 것으로 나타나 카메라 이동을 통한 화면전환 속에서 다양한 레이아웃을 사용하고 있음을 알 수 있었다.

국내 경우 장식적인 그래픽 애니메이션을 통한 화면전환을 사용한 5 작품 중 4개는 각각 2013, 2014 대상, 최우수 작품으로 선정되는 등 국내에서 높이 평가되고 있었다. 장식적 그래픽 화면전환은 작품의 완성도를 높이고 부가적인 영상의 재미를 느끼게 하며 반복적인 사용으로 작품의 통일성도 부여하고 있었다.

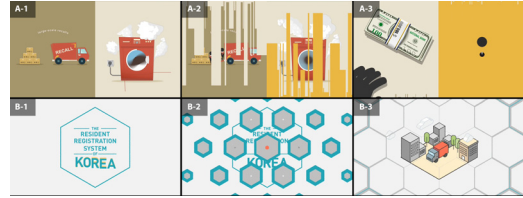


그림 5. 장식적 그래픽 화면전환의 예
(위 A:2013KIA 대상작: 위기관리를 위한 4P 아래 B:2014KIA 대상작: 대한민국 주민등록 정보시스템)

표 15. 모션 인포그래픽 화면전환(중복체크)

	국내작품	국외작품	총계
카메라 이동	3	11(42%)	14(30%)
오브젝트 이동	5	7(27%)	12
오브젝트 기준(물핑 포함)	7(35%)	4	11
디졸브	4	3	7
컷 전환	3	3	6
장식적 그래픽	5	1	6
기본도형 와이프(wipe)	3	2	5
없음	0	4(14%)	4

2.9 사운드

국내 수상작 중 기업 작품은 총 7개로 전 작품들이 사운드 세 가지 요소들을 모두 사용하고 있었다. 사운드는 필수요소가 아니기 때문에 사용의 유무를 선택할 수 있지만 기업관련 작품인 경우 완성도를 높이기 위해 모두 사용된 것으로 보인다. 반대로 각각의 요소를 사용하지 않은 작품들은 학생 수상작들이다. 학생 작품 13개 중 한 작품만이 세 가지 요소를 모두 사용한 것으로 나타났다.

국내외 모두 배경음악은 높은 비율로 사용되고 있었다. 동시에 내레이션, 효과음 순으로 사용빈도를 나타냈다. 사운드 요소 중 효과음이 가장 부가적인 요소로 인식되어지고 있음을 알 수 있었다.

표 16. 모션 인포그래픽 사운드

		국내작품	국외작품	총계
배경음악	유	19(95%)	19(73%)	38(82%)
	무	1(5%)	7(27%)	8(18%)
내레이션	유	14(70%)	16(61%)	30(65%)
	무	6(30%)	10(39%)	16(35%)
효과음	유	12(60%)	14(54%)	26(56%)
	무	8(40%)	12(46%)	20(44%)
사운드 세가지 다 사용한 작품		8(학생1)(40%)	11(42%)	18(39%)

IV. 결론

국내의 수상작을 통해 현시대의 모션 인포그래픽 작품들의 디자인 트렌드에 대해 알아보았다. 국내외 작품들에서 비슷하게 나타나는 경향으로는 다수의 2D 그래픽 방식의 작품, 정보전달을 위한 타이포그래피 사용, 산세리프체 사용, 오브젝트 출현 애니메이션 효과, 가상 공간 개념, 사운드요소들의 사용 빈도 등이 있었다. 이는 모션 인포그래픽을 통해 정보를 전달함에 있어 가장 보편적이고 효과적인 방식이라 할 수 있겠다. 이러한 보편적인 경향은 국내가 좀 더 높은 비율로 나타난 것으로 보아 모션 인포그래픽 작품의 경향이 더 고착화되어 있음을 알 수 있었다. 특히 국내 대상작들에서 이러한 특징들이 공통적으로 나타나는 것은 국내 공모전은 다양성이나 실험성보다는 효율성이나 트렌드에 민감한 심사 기준을 가지고 있기 때문일 것이다.

차이점으로는 내용구성 방식, 다양한 그래픽 방식의 시도여부, 레이아웃 방식, 컬러 사용, 화면전환 방식 등이 있었다. 하지만 이 중 몇 가지는 국내 공모전의 공모 주제 부분과 학생 작품이 포함되면서 생긴 차이점들도 있어 국내외 작품들에서 들어나는 명확한 차이점이라고 보기에는 어려운 부분들이 있었다. 작품의 형식 측면에서 국내에서는 대부분 모션그래픽 기반의 좁은 의미의 모션 인포그래픽 작품들만 수상되었다면 국외 작품 중에는 데이터의 속성 중 시간성, 움직임을 가진 소재들을 시각화한 작품들도 있었으며 표현적인 측면에서는 다양한 그래픽 방식의 시도, 다양한 레이아웃 방식 등 다양한 형태의 모션 인포그래픽 작품들이 시도되고 있었다. 모션 인포그래픽 영역에 대한 인식과 작품 제작에 있어서 다양한 시도 차이들로 국내와 국외가 차이점을 나타내고 있었다.

모션 인포그래픽 분야는 아직 사회 전반적으로 그 인식이 낮고 학계에서도 연구가 미비한 상황이다. 국내외 공모전도 많지 않을뿐더러 공모전에서 이 분야가 생기기 2-3년밖에 되지 않아 작품들이 많지 않았다. 이로 인해 2년간 작품의 수가 분석하기에는 적어 분석의 근거로 부족한 부분이 있었다. 하지만 적은 작품 수에도 불구하고 몇 가지 트렌드들은 대다수 작품들의 경향으로

나타나면서 충분히 의미 있는 논의를 만들어냈다고 생각한다. 특히 국내외 작품들의 비교를 통해 국내의 모션 인포그래픽의 형식과 형태의 고착화 우려는 충분히 산업이나 학계에서 고민해볼 부분이라 할 수 있겠다. 국내에서는 좀 더 다양한 형식과 형태의 모션 인포그래픽 제작을 시도하여 그 영역의 확장과 활용성을 높일 필요가 있다.

이번 연구를 통해 학계에서는 모션 인포그래픽 제작에 있어 분석된 디자인 트렌드를 활용하여 학생들에게 좀 더 발전적인 모션 인포그래픽 작품을 기획 및 제작할 수 있도록 디자인 교육이 이루어지길 기대한다. 또한 앞으로 모션 인포그래픽 관련 공모전 수상작이 더 축적되고 다양화된다면 이후 국내의를 나눠 개괄적인 디자인 트렌드 분석이외에 사회 문화적 흐름 속에서 나타나는 트렌드에 대한 후속 연구도 가능해질 것으로 보인다.

참고 문헌

- [1] 민이범, *모션 인포그래픽의 구성요소에 따른 커뮤니케이션 효과 차이에 관한 연구*, 홍익대학교 산업대학원 석사학위 논문, 2014.
- [2] 안소미, “공모전 수상작 디자인 주제 분석을 통한 최근 공간 디자인 트렌드 연구,” *한국디자인포럼*, Vol.43, pp.311-320, 2014.
- [3] 김묘영, *좋아보이는 것들의 비밀 인포그래픽*, 길벗, 2014.
- [4] <http://kinfographicaward.com/home?p=winner>
- [5] <http://www.informationisbeautifulawards.com/showcase>
- [6] 최향지, 류시천, “정보디자인에서 비주얼 스토리텔링의 이해,” *스마트미디어저널*, 제3권, 제2호, pp.29-36, 2014.
- [7] 오병근, 강성중, *정보 디자인 교과서*, 안그래픽스, 2008
- [8] <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>

- [9] 이윤정, “모션그래픽의 구성요소에 따른 표현 분석,” 디자인지식저널, 제22권, pp.139-148, 2012(6).
- [10] 조용근, “모션그래픽에서 모션 분류체계에 관한 연구,” 디지털디자인학연구, Vol.9, pp.119-130, 2009.
- [11] Jacques Bertin, *Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps*, ESRI Press, 1967
- [12] 김혜경, “모션 그래픽스의 그래픽 스타일에 따른 트렌드 분석,” 디지털디자인학연구, 제9권, 제1호, pp.193-202, 2009.
- [13] 최병일, “모션그래픽 디자인의 기초 교육에 관한 연구,” 디지털디자인학연구, 제10권, 제3호, pp.23-32, 2010.
- [14] 손정현, 전수진, “설득 커뮤니케이션으로서의 모션 인포그래픽 디자인 가이드라인,” 한국기초조형학회, Vol.15, No.2, pp13-23, 2014.
- [15] Kurzgesagt, “The Solar System-in our home,” 2013.
- [16] Peter Jeffs, “The Lancet - Meningitis in Chad,” 2013.

저 자 소 개

임 경 훈(Kyoung-Hun Lim)

정희원



- 2004년 2월 : 서울대학교 디자인 학부 시각디자인전공(미술학사)
- 2008년 2월 : 서울대학교 대학원 디자인학과(공예·디자인학 석사)
- 2008년 8월 ~ 현재 : 명지대학교 디자인학부 영상디자인전공 교수

<관심분야> : 인포그래픽, 멀티미디어, 애니메이션