

金 琿 教授指導
碩士學位請求論文

한국 영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서의
한글 캘리그래피 표현

2006

誠信女子大學校 大學院
産業디자인學科
崔 伊 善

한국 영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서의
한글 캘리그래피 표현

金 琿 教授指導

이 論文을 碩士學位論文으로 提出함.

2005年 11月

誠信女子大學校 大學院
産業디자인學科
崔 伊 善

認 准 書

催伊善의 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

誠信女子大學校 大學院

논문개요

오늘날 컴퓨터와 인터넷 테크놀로지의 급속한 발전으로 우리는 수많은 정보를 접하면서 살고 있으며, 정보를 전달함에 있어 어떻게 전달하는가의 문제에서 어떻게 하면 효과적으로 전달할 수 있는가에 대한 문제가 크게 부각되고 있다. 이러한 시각 환경에서의 캘리그래피는 정보전달이라는 1차적 의미에서 나아가 개성적이고 형태적 아름다움과 조화를 추구하는 독특한 글자인 동시에 인간적이고 자연스러운 이미지를 표현할 수 있어서 사용이 확대되고 있다. 따라서 본 연구의 목적은 비주얼커뮤니케이션 수단으로 캘리그래피의 개념을 정리하고 표현특성을 한국영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서 활용된 사례를 통해 조사 분석 연구하여 그에 따른 문제점을 알아보고 한글 캘리그래피의 효과적이고 개성적인 시각표현으로서의 발전방향을 모색하고자 함이다.

본 연구는 매체 중에서 인쇄매체인 한국영화 포스터의 타이틀과 영상매체인 TV 드라마 타이틀을 중심으로 시대적 감성을 적용한 차별화된 이미지를 통해 대중과 교감하는 수단으로써 캘리그래피의 표현을 분류 비교하여 연구하였다. 영화는 2004년부터 2005년 11월까지 극장에서 개봉한 121편의 한국영화 포스터 타이틀 로고타입 중 캘리그래피 표현의 타이틀 총 58편을 선정하였고, TV 드라마 타이틀은 공중과 방송 3사에서 2005년 11월 최근까지 방영중이거나 최근에 종영한 드라마 중 KBS, MBC, SBS 방송사별로 각각 15편씩 총 45편의 드라마 중에서 캘리그래피 타이틀 드라마 30편을 선정하였다. 위의 분류대상을 캘리그래피의 조형적 특성에 따라 도구별, 색상

별, 형태별로 분류하여 분석한 결과 대부분 도구와 색상 및 형태에 있어 서로 비슷한 정형화된 양상을 보이며, 독특하고 개성적인 글자체인 캘리그래피 본연의 특징을 살리지 못하고 있다. 이러한 특징없는 표현은 영화와 드라마 타이틀 본래의 목적인 주제에 맞는 내용전달과 감성전달이라는 두 가지 목적에 부합하지 못하여 영화와 드라마의 고유의 아이덴티티를 확립하지 못하고 있다. 따라서 인간의 감성표현에 효과적인 자연스럽고 개성있는 글자체인 캘리그래피를 오늘날 디지털 시대의 표현매체의 특성 및 표현도구와 표현방법을 이해하여 캘리그래피에 적용함으로써, 다양하고 새로운 기법의 시도를 통해 개성적이고 독특한 이미지를 창조하여야한다. 또한 기존의 전통적 도구의 다양하고 새로운 표현의 시도와 함께 컴퓨터라는 편리하고 효율적인 도구를 통한 3D와 소리와 움직임이 결합된 무빙 캘리그래피로 기존의 타이포그래피 표현영역을 확대함으로써, 혁신적이고 과감한 표현을 통해 정보 전달이라는 기능적인 측면과 감성전달을 통한 심상교류의 감성적 측면을 모두 충족할 수 있는 캘리그래피의 연구가 활성화되기를 기대해 본다.

목 차

논문개요

I. 서 론

1. 연구목적	1
2. 연구범위 및 방법	2

II. 캘리그래피의 개념 및 특징

1. 캘리그래피의 정의와 동·서양의 캘리그래피	4
(1) 캘리그래피의 정의	4
(2) 동·서양의 캘리그래피	7
2. 캘리그래피의 표현특성 및 유형분류	15
(1) 캘리그래피의 표현 특성	15
(2) 표현방법에 따른 유형	16
(3) 표현조형성에 따른 유형	18
(4) 표현도구에 따른 유형	23
(5) 표현매체에 따른 유형	28
3. 디지털시대의 캘리그래피	36
(1) 컴퓨터와 한글폰트의 이해	39
(2) 디지털 폰트와 캘리그래피	40

(3) 디지털시대의 캘리그래피의 전망	44
III. 한국 영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀 캘리그래피 사례분석	
1. 한국 영화 포스터와 TV 드라마 타이틀에서의 캘리그래피 표현	46
2. 대상전정 및 분석방법	50
(1) 한국 영화 포스터의 캘리그래피 사용현황	52
(2) 방송사별 드라마타이틀의 캘리그래피 사용현황	56
3. 구체적 사례분석	59
(1) 한국 영화 포스터의 캘리그래피 표현	59
(2) TV 드라마 타이틀의 캘리그래피 표현	76
4. 사례분석 결과 및 문제점 도출	88
IV. 결 론	91
참 고 문 헌	93
ABSTRACT	95

표 목 차

[표-1] 캘리그래피의 특성	18
[표-2] 색상별 연상 이미지	21
[표-3] 캘리그래피의 조형적 표현특성	22
[표-4] 동·서양의 캘리그래피의 도구 특성 및 차이점	28
[표-5] 디지털시대의 캘리그래피	39
[표-6] 2004년~2005년도 영화장르별 캘리그래피의 사용 현황	52
[표-7] 연도별 캘리그래피 영화 타이틀 목록	53
[표-8] 2005년 방송사별 캘리그래피 드라마 타이틀 목록	57
[표-9] 도구별 캘리그래피 영화 타이틀 목록	61
[표-10] 영화 타이틀에서 도구별 캘리그래피	62
[표-11] 영화 타이틀에서 색상별 캘리그래피	63
[표-12] 색상별 캘리그래피 영화 타이틀 목록	64
[표-13] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피	67
[표-14-1] 영화 타이틀에서 장르에 따른 형태별 캘리그래피	68
[표-14-2] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피 표현 도구	68
[표-14-3] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피 표현 색상	69
[표-14-4] 영화 타이틀에서 형태강조에 따른 캘리그래피	69

[표-15] 캘리그래피 형태별 한국 영화 타이틀 목록	70
[표-16] 장르에 따른 형태별 캘리그래피 영화 타이틀 목록	71
[표-17-1] 드라마 타이틀에서 도구별 캘리그래피	78
[표-17-2] 방송3사 별 드라마 타이틀에서 도구별 캘리그래피	79
[표-18] 드라마 타이틀에서 색상별 캘리그래피	81
[표-19-1] 드라마 타이틀에서 형태별 캘리그래피	83
[표-19-2] 방송3사 별 드라마 타이틀에서 색상별 캘리그래피	84
[표-20-1] 드라마 타이틀의 3D표현에 따른 캘리그래피	85
[표-20-2] 드라마 타이틀에서 그래픽이미지 혼합표현에 따른 캘리그래피	86
[표-21] 방송3사별 도구, 색, 형에 따른 드라마 타이틀 목록	87
[표-22-1] 사례분석 결과 및 문제점 도출 (영화 포스터 타이틀)	89
[표-22-2] 사례분석 결과 및 문제점 도출 (TV 드라마 타이틀)	90

그림 목 차

[그림-1] 초기알파벳	13
[그림-2] 언셜(uncial) 글자체	13
[그림-3] 고딕체	13
[그림-4-1] 동·서양의 캘리그래피	13
[그림-4-2] 한문 서예체의 종류	14
[그림-5] 장식적 캘리그래피와 조화형 캘리그래피	17
[그림-6] 다양한 도구의 따른 표현	27
[그림-7] 책표지에서의 캘리그래피 활용 사례	30
[그림-8] 인쇄광고에서의 캘리그래피 활용 사례	30
[그림-9] C.I / B.I에서의 캘리그래피 활용 사례	31
[그림-10] 패키지에서의 캘리그래피 활용 사례	31
[그림-11] game CD cover에서의 캘리그래피 활용 사례	32
[그림-12] music CD cover에서의 캘리그래피 활용 사례	32
[그림-13] 포스터에서의 캘리그래피 활용 사례	33
[그림-14] 간판에서의 캘리그래피 활용 사례	33
[그림-15] 웹 사이트에서의 캘리그래피 활용 사례	34
[그림-16] TV 광고에서의 캘리그래피 활용 사례	35

[그림-17] 비트맵과 벡터아웃라인 방식과 출력에 의한 ‘o’의 형태	42
[그림-18-1] 폰트에서의 캘리그래피 활용 사례	43
[그림-18-2] 웹 폰트에서의 캘리그래피 활용 사례	44
[그림-19-1] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2005년)	54
[그림-19-2] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2004년)	55
[그림-19-3] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2004년)	56
[그림-20-1] KBS 캘리그래피 드라마 타이틀	58
[그림-20-2] MBC 캘리그래피 드라마 타이틀	58
[그림-20-3] SBS 캘리그래피 드라마 타이틀	59
[그림-21] 서예형 캘리그래피 - 강하고 역동적인 형	72
[그림-22] 손 몇 글씨형 캘리그래피 - 강하고 역동적인 형	72
[그림-23] 서체변형 캘리그래피 - 명조체형 A	73
[그림-24] 서체변형 캘리그래피 - 명조체형 B	73
[그림-25] 서예형 캘리그래피 - 친근하고 감성적인 형	74
[그림-26] 손 몇 글씨형 캘리그래피 - 친근하고 감성적인 형	74
[그림-27] 서체변형 캘리그래피 - 고딕체형	75
[그림-28] 유희적인 캘리그래피 - 형태의 변형	75
[그림-29] 유희적인 캘리그래피 - 기타	76

I. 서론

1. 연구 목적

인간은 커뮤니케이션(communication)을 통해 새로운 지식과 정보를 주고받으며 사회생활을 영유한다. 이러한 인간관계 속에서 가장 중요한 역할을 하는 문자는 그 문화를 대표하는 중요한 요소로써 정보를 전달하는 기호체계이며, 고유의 삶을 기록하는 동시에 반영하는 주요 커뮤니케이션 수단이다. 오늘날 컴퓨터와 인터넷 테크놀로지의 급속한 발전으로 인간은 컴퓨터와 기계에 의해 감성이 결여된 차갑고 무미건조한 인간관계 속에서 있으며, 이러한 디지털 정보사회로의 급속한 이행은 인간으로 하여금 자연적이고 인간적인 따뜻한 감성을 추구하게 만들었다.

가장 기본적인 커뮤니케이션 수단인 문자는 원활한 소통을 위하여 읽고 쓰고 보는 단순한 언어적 의미를 넘어 인간의 감정을 시각적 언어로 표현하는 느끼기 위한 글자로 그 의미가 확대되었다. 개성과 감성이 결여된 복제품만 사용하는 획일화된 디지털시대에서 인간은 본인 고유의 아이덴티티(identity)를 확립하기 위하여 자연스럽게 인간미가 느껴지는 캘리그래피의 시도가 필요하게 되었다. 이것은 사람들에게 단순히 정보를 알리는 고지(告知)의 기능에서 한층 더 진보하여 문자에 담겨진 정서까지 표현하고, 기존 디자인과의 차별화로 주목성을 높이고 메시지에 대한 주의를 이끌어, 의미 전달에 있어 긍정적인 효과와 반응을 이끈다. 이러한 캘리그래피(calligraphy)는 개성적이고, 형태적 아름다움과 조화를 추구하는 독특한 글자 디자인 동시에 인간적이고 자연스러운 이미지를 표현할 수 있어서 사용이 확

대되고 있으며, 우리 주변에서 영화, 간판, 광고, TV, 책표지, 패키지(package), 폰트(font), 웹(web)등 시각문화 전반에 걸쳐 다양하게 활용되고 있다. 오늘날 시각문화환경은 절대적 기준이 없는 다양성의 시대이다. 그 표현양식과 표현도구와 소재 등의 다양함은 이미 상상의 가능성 넘어섰으며 이에 따라 디자인도 다양해지고 세분화되어 가는 추세이다. 디자인 표현의 한계성을 극복하고 새로움을 창출하기 위한 캘리그래피의 시도는 시각 디자인 분야의 새로운 시각 창출과 함께 다양한 개성과 기법의 적용이 요구된다. 따라서 본 연구는 비주얼커뮤니케이션(visual communication) 수단으로 캘리그래피의 개념을 정리하고 우리나라 매체에서 표현되는 캘리그래피의 현황 및 표현형태를 분석하여 그에 따른 문제점을 알아보고자 조형적 특성에 따라 도구별, 색상별, 형태별로 한국 영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서 활용된 사례를 조사 분석 연구하였으며, 한글 캘리그래피의 효과적이고 개성적인 시각표현으로서의 발전방향을 제시하고자 한다.

2. 연구 범위 및 방법

인터넷과 컴퓨터의 발전으로 인해 ‘정보의 바다’ 라는 말이 지나치지 않을 정도로 수많은 정보를 접하며 살고 있으며, 정보를 효과적으로 전달함에 있어서도 어떤 방법으로 활용하는 하는가에서 어떻게 하면 효과적으로 전달하느냐가 중요한 문제로 부각되고 있다. 캘리그래피는 의미전달과 감정전달이라는 두 가지 측면 모두를 대중에게 충족시킴에 있어 매우 효과적인 커뮤니케이션 방법이다.

본 연구는 매체 중에서 인쇄매체인 한국영화 포스터의 타이틀과 영상매체인

TV 드라마 타이틀을 중심으로 시대적 감성을 적용한 차별화된 이미지를 통해 대중과 교감하는 수단으로서 캘리그래피의 표현을 분류 비교하여 연구하고자 한다. 두 매체는 타이틀에서의 단순한 문자 고지의 기능에서 나아가 이미지를 함축적으로 전달하는 표현방법으로 대중과의 효과적인 커뮤니케이션하기 위하여 감성적 표현의 캘리그래피를 사용하고 있다는 공통점 때문에 선정하였다.

영화 타이틀은 2004년부터 2005년 11월까지 극장에서 개봉한 한국영화 포스터 중에서 총 58편을 선정하여 캘리그래피 표현의 타이틀 로고타입의 표현사례를 분류하였고, 영화에서 독립영화나 예로 및 다큐멘터리영화는 사례분석 대상에서 제외시켰다. TV 드라마 타이틀은 공중과 방송 3사에서 2005년 11월 최근까지 방영중이거나 최근에 종영한 드라마 중 KBS, MBC, SBS 방송사별로 각각 15편씩 총 45편의 드라마 중에서 캘리그래피 타이틀 드라마 30편을 선정하였다. 그 중 어린이 및 청소년 대상 드라마와 특집극과 외화시리즈, 단막극은 제외시켰다. 위의 대상을 캘리그래피의 조형적 특성에 따라 도구별, 색상별, 형태별로 분류하여 사례분석을 통해 문제점과 대안을 제시하고자 한다.

II. 캘리그래피의 개념 및 특징

1. 캘리그래피의 정의와 동·서양의 캘리그래피

(1) 캘리그래피의 정의

캘리그래피(calligraphy)는 사전적 의미로는 손으로 쓴 육필문자를 조형적으로 아름답게 묘사한 글자를 의미한다. 육필의 멋이나 고고함을 목표로 하는 동양의 서도(書道)와 비슷하다. 캘리그래피는 평(平)펜을 사용하는 것으로 14-16세기 북부이탈리아의 서체에 기원을 두고 있으며, 넓은 의미로는 펜이나 붓 그리고 새로운 도구에 의한 육필문자를 말한다.¹⁾

캘리그래피의 어원으로는, kallos 그리스어로 ‘아름답다’, graphy은 ‘필적’을 뜻하고, kallos (beauty)+ graphy은 아름다운 필적(筆跡), 서법(書法), 능서(能書), 달필(達筆)을 의미한다.²⁾

캘리그래피는 인쇄술이 발명되기 전, 아름답게 쓰고 읽도록 하기 위해 전개된 글자예술이라 할 수 있다. 컴퓨터(computer)와 같은 기존의 문자에서는 없는, 또한 정형화된 레터링(lettering)문자도 아닌 프리핸드(freehand)로 즉흥적으로 쓰인 문자를 조형적으로 아름답게 표현한 손으로 쓴(beautiful

1) 「타이포그래피의 천일야화」 원유홍 / 서승연, 안그래픽스, 2004, p.291

2) 「Typography & Color」 Michael Beaumont, 김주성 역, 도서출판 예경, 1993, p.14

handwriting) 글자체이다. 또한 인쇄술의 발달과 컴퓨터의 급속한 발전으로 인한 대량생산과 대중화라는 특질 속에서 단순히 읽기위한 글자가 아닌 보고 느끼기 위한 개성적 표현과 우연성을 중시하며 형태적 아름다움과 조화를 추구하는 독특한 표현양식의 글자 즉, 아이코노그래피(iconography)³⁾이다.

문자(文字.text)는 말이나 소리를 시각적으로 표현한 일정한 체제의 부호이다. 넓은 의미로는 시각적 기호를 통하여 인간의 상호의사소통을 위한 관습적, 규범적 체계를 뜻한다. 1차적 의사소통방식을 말(언어)라고 하면, 문자는 2차적 의사소통 방식을 말한다. 인간은 언어와 문자를 가지고 자신의 의사를 표현한다는 점에서 동물과 다른 존재임을 인식해왔다. 문자는 언어와 문화를 기록한다는 점에서 언어보다 진보된 표현방식이다. 언어에 따라 독자적 문화권이 형성된다. 이러한 문화적 차이는 개인과 민족간의 특성을 결정하는 요인이라 할 수 있으며, 문자가 다르면 그 문화의 사유구조와 생활 방식에 차이가 있음을 알 수 있다.

수천 년 동안의 문자의 역사는 인간의 말을 표현하고, 기록하기위한 기나긴 과정이라 할 수 있다. 인간이 인간다운 생활을 영위하기 시작하면서 언어는 소리의 전달을 넘어서 감정을 표현하게 되었는데 생활공간이 확대되고 복잡해짐에 따라 그 표현양식이 글이 아닌 구전으로는 더 이상 불가능하게 된

3) 아이코노그래피(iconography) : 잊혀지지 않는 글자체. 그리스어의 에이콘 즉, 이콘(이미지)에서 유래되었다. 상징성, 우의성(寓意性), 속성 등 어떤 의미를 가지고 잊혀지지 않는 문자체로 남는 것. 「디자인 세상을 읽고 문화를 움직인다」스티븐헬러/카멘 포메로이저, 강현주 역, 안그래픽스,2001, p.255

것이다. 인쇄의 발명 그 이후에는 사전 편집의 완성으로 인해서 글은 생명력을 잃고 쓰여진 글의 개성도 없어지고 철자는 고정화되었다.⁴⁾ 이렇게 고정화된 글자에 생명력을 불어넣어 감성을 갖게 해 준 것이 바로 캘리그래피이다.

일반적으로 학자들은 전통적 캘리그래피를 크게 세 곳에서 발생했다 본다. 이것은 로마 문자와 법률, 기독교 문화에 바탕을 둔 ‘서양 문화권’, 중국과 우리나라, 일본을 포함한 ‘한자 문화권’, 기하학적이고도 독특한 글자의 조형성을 지닌 ‘아라비아 문화권’으로 그 각각의 문화권이 독특한 필기도구와 방식으로 발전시킨 것이 오늘날의 캘리그래피이다.

본 연구에서는 한글 문자체 중에서 한자 서예의 예서, 해서, 행서, 초서 흘림체와 나아가 창작된 전위적인 새로운 서풍도 포함하여 프리핸드(freehand)로 즉흥적으로 쓰인 문자를 조형적으로 아름답게 표현한 손으로 쓴(beautiful handwriting) 개성있는 글자체와 그리고 캘리그래피 폰트(손멋 글씨)를 포함 컴퓨터(computer)와 같은 도구를 사용하여 기존의 문자에서는 없는 정형화된 레터링문자도 아닌 기존 인쇄체를 변형시켜 작가의 심상을 표현하기 위해 그래픽 처리를 한 독특하고 개성있는 글자체를 한글 캘리그래피로 의미를 한정한다.

4) 「글자와 이미지」 로베르 마썹, 김창식 역, 미진사, 1994, p183

(2) 동 · 서양의 캘리그래피

서양의 캘리그래피는 동양의 서예와 비슷하지만 차이가 매우 크며, 각각의 나라마다 글자자체의 성격과 표현 방법이 다르듯 캘리그래피의 개념 적용에 대해서도 차이가 난다. 영문체가 갖는 화려하고 우아한 곡선의 표현과 한문의 절제 있고 깊이 있는 표현, 그리고 한글의 복합적인 표현에 의해 개성적 형태로 오늘날에 이르고 있다.[그림-4-1]

동 · 서양의 캘리그래피를 비교해보면 재료에 의해서도 그 특징이 두드러진다. 붓을 도구로 하는 동양의 서예 작품은 무의식적 기(氣)의 흐름을 종이라는 의식공간에 순간적으로 포착한 반면 서양의 캘리그래피는 펜을 가지고 예측 가능한 도식적 형태를 표현한 것이다.⁵⁾

서양의 경우 인간이 언어를 사용하고 기록하게 된 후 로마인들이 그리스의 알파벳을 받아들이고, 문서기록의 필요성이 커지면서 수백 년 간 여러 형태의 스타일과 글자체가 발달하였다. [그림-1]

언셜(uncial)⁶⁾은 [그림-2] 5세기 무렵 로마의 주요 서체였고, 딱딱 끊어진 둥글둥글한 대문자 스타일로부터 현대의 대문자가 발달한 것이다. 8세기 이

5) 「TVE타이틀 디자인의 캘리그래피 표현에 관한 연구」 노영호, 청주대학교 석사학위논문, 1995, p.39

6) 언셜(uncial) : 4-8세기에 걸쳐 그리스, 라틴어 필사본에 쓰인 글씨체. 파피루스에 사용되던 필체(筆體)에서 직접 유래. 이 사본들은 대체로 그리스 비문들에서 사용된 크고 둥근 글자체로 그리스어와 라틴어 글자의 형태로 양피지(羊皮紙) 위에 기록되었다. 이런 형태의 기록양식(記錄樣式)은 주로 9세기에 이르기까지 오직 신약성서 사본들 가운데서만 사용. 후대에 가서는 성구집(聖句集)들 가운데서도 계속 사용됨.

르러는 샤를마뉴황제의 주장으로 공식적 문서에 표준서체가 만들어졌으며, 캐롤리안 소문자라 불리는 이 서체는 기존 문자체로부터 나온 것으로 대문자와 소문자가 처음으로 같이 사용되었다. 한편, 다른 스타일도 개발되었는데, 압축되고 각이 진 형태의 고딕체는 좁은 공간에 많은 문장을 써야하는 경우에 적합하며, 북유럽에서 널리 사용되었다. [그림-3] 15세기 이탈리아에서는 발전된 과학과 학문을 기록하고자 좀더 빨리 쓸 수 읽는 글자체로 변하여 각이 지고 자유롭게 흘러 쓰는 이탤릭(italic)체가 쓰여 졌으며, 활자이전 문자는 스크립트(script)⁷⁾라고 부르는 흘림체이서 생겨나서 로마와 초기 기독교 전통에 그 뿌리를 두고 있다.

수도원에서 종교적 믿음을 기록하고 책으로의 제작함으로써 문화 및 교육 그리고 학문의 중심을 이끌었다. 이러한 지식의 기록을 위한 필사본을 만들었는데, 낱말의 시각적으로 확장시키기 위해 그래픽적인 장식이나 삽화의 장식이 매우 중요시되었고, 그래서 남다른 주의를 기울이고 디자인 감각을 살려 광채필사본⁸⁾(illuminated manuscript) 제작했던 것이다. 이 광채 필사

7) 스크립트(script) : 손으로 쓴 글(print에 대해), 인쇄용 필기체 활자를 말하며, 스크립트 체는 손으로 쓴 글자체가 아니라 손으로 쓴 것처럼 자연스러운 느낌과 부드러움을 주는 인쇄용 활자체를 의미한다.

8) 광채필사본(illuminated manuscript) : 성경 필사본. 유럽의 북방민족들이 사용하던 동물들을 소재로 한 조뉴문양(組紐文樣)이나 나선문양(螺旋文樣) 같은 장식미술의 영향을 받은 로마네스크 양식의 특색은 감정을 추상화시켜 이를 도안으로 형상화하여 균형있게 표현한 것.

이것을 발전시켜 로마네스크양식의 전성기를 이루었던 시기는 8~10세기 비잔틴의 모자이크와 같이 호화스럽지도 우아하지도 않았던 로마네스크 회화는 도리어 야성적이며 소박하고 대담한 선묘와 색채를 지닌 다이내믹한 박력과 황토색과 노랑, 빨강, 초록, 갈색 등의 밝은 색조를 바탕으로 대담하게 묘사해 시사하는 내용을 요약적으로 드러내는 반면 평면성이 강한 것이 특징.

본은 장식 필사본이라고도 하며, 이후 캘리그래피라는 용어를 낳아 품격 높은 글자 미학을 보여주게 된다. 15세기 이후 활자의 발명과 급속한 인쇄술의 보급과 발전으로 인한 인쇄된 활자는 시간과 노동력을 단축시켰고, 가독성도 뛰어났기 때문에 캘리그래피는 점차 쇠퇴하였다.

그러나 15-16세기 이탈리아에서 중세의 고딕경향이 쇠퇴와 고전으로 돌아가려하는 복고적 문예시조 및 자유를 존중하는 시대정신이 다시 개성 있고 독특한 캘리그래피가 번성하게 했다. 이러한 캘리그래피는 읽고 쓰는 기능적면보다 기교적인 방향으로 장식적인 일면이 강조되었다. 가장 오래된 캘리그래피는 1577년에 제작된 시비리언 스타일로 현재는 전해지지 않으며, 16세기 엘리자베스 고딕체를 기초로 한 것이라 알려져 있다.

1700년대에는 인쇄의 발명으로 심한 장식은 절제되는 양식을 보이며, 1800년대는 1700년 중반부터 시작된 캘리그래피의 쇠퇴기로 기계적 활자체의 영향으로 활발한 사용과 발전은 찾기 힘들으나 유기적인선의 표현으로 캘리그래피의 아름다움을 유지하고 있다. 1900년대 이후 산업발달로 인한 개성과 다양성의 시대적 요구는 캘리그래피에도 이어져서 장식적, 가독성, 조화형 캘리그래피와 다양한 도구의 사용으로 표현영역이 확대, 전개되고 있음을 볼 수 있다. 19세기말 윌리엄 모리스(1872-1944)의 미술공예운동과 르네상스운동의 부활의 추종자인 에드워드 존스톤(1872-1944)는 자신이 작품

아일랜드의 성 파트리크이 수도원의 수사들에 의해 6세기에서 9세기에 이르기까지 영국과 서유럽에 선교하면서 보급됐다.

에서 전통적인 캘리그래피로부터 새로운 서체를 고안하였는데, 이것은 언설에 의거한 것이다. 개성적이고 아름다운 캘리그래피는 대량생산과 대중화라는 특징 속에서 발전하여 오늘날까지 타이포그래피와는 다른 독자적 표현을 확립해 나아간다.

캘리그래피는 필법을 중시하여 읽기 쉽고, 고정화되지 않은 개성적 기법으로 모든 그림도구나 신변의 물건을 이용하여 자유롭게 쓸 수 있기 때문에 캘리그램⁹⁾이라는 일러스트레이션과 가까운 면도 가지고 있다. 읽고 쓰는 단순한 작업에서 장식이 첨가되는 작가의 노력과 장인정신을 바탕으로 한 모든 글자가 캘리그래피에 포함되는 것이다. 서양의 캘리그래피는 펜이라는 도구적 특성으로 펜촉에 모인 잉크의 양에 의한 다양한 우연의 효과를 만들게 되었다. 서양인들은 그들의 글자가 가진 조형적 특성을 살려 아름답고, 우아하게 글자를 표현할 수 있을까라는 연구가 캘리그래피라는 양식을 만들었다. 동양의 캘리그래피 즉, 서예는 동양문화와 미술발전에 커다란 역할을 하였으며, 그 중심 문자인 한자 역시 동양문명의 정체성 형성에 큰 영향을

9) 캘리그램(calligrammes) : (주제에 어울리는 도형에 시행을 맞춘 시). 캘리그램은 말은 기욤아폴리네르에 의해 처음 사용되었고 그전에는 그리스-라틴세계에서 '그림으로 나타난 시'라는 명칭이 널리 쓰였다. 「문자의 역사」 시공사, p.162

라틴어로 calli는 접두사로서 미(美)의 뜻을 갖고 있으며, gramme은 형태(글자)의 뜻을 갖고 있다. 여기서 캘리그램은 '아름다운 상형글자'라는 뜻의 합성어로 정했다. 특히, 회화 (그림적 요인)와 시(언어적 요인)의 감각적 특성 사이의 역동적인 상호 관계를 갖는 조형적 조화나 결합으로서 말을 다루었다. 따라서 언어의 연상 작용과 그림의 연시운동의 경향을 띠는 형식이며, 더불어서 아폴리네르의 상형 시는 인쇄상의 기교를 통해 즉각적이고 효과적인 신선한 시각적 서정을 탄생시킴으로써, 이후의 많은 광고제작자들의 모방의 대상이 되었다. <http://blog.daum.net/hi-media/1796769>

미쳤다. 한자문화권의 나라는 동양에서 대표적으로 중국과 일본 그리고 한국을 들 수 있다. 상형문자(象形文字)를 시점으로 발전한 한자는 상(商), 은(殷)시대부터 주선왕(周宣王)이전 기원전 2390~972년까지 갑골문, 금문, 도문, 석고문, 도문의 고문(古文)에서 그 후 전서라는 서체에서 한대에 이르러 예서, 해서, 초서의 [그림4-2] 순으로 정착하였으며, 서양의 경우와 마찬가지로 기록의 필요성과 미적욕구에 의해 서예라는 글씨를 써서 벽에 걸어놓고 감상하는 예술적 관조의 대상이자, 미학의 대상으로 발전하게 된 것이다. 중국의 경우 도교와 불교, 유교가 절대적으로 지배하고 있으며 이는 한자에도 표현되고 있다. 이러한 서예는 동양의 전통적인 사상을 그대로 표현하며 자연의 본질적 영감을 가지고 생겨난 한자는 지(紙), 필(筆), 묵(墨)이라는 민감한 재료를 통하여 붓과 먹에 의한 조화, 필세의 여백, 먹의 농담의 아름다움을 문자적 조형의식에 의해 인간의 감정과 사상을 작가의 내적 생명력과 울동으로 그대로 표현한다. 힘과 속도로 조절된 붓의 운용으로 표출하는 한자 캘리그래피는 자연물체, 즉 우주의 생명력까지 표현한다.¹⁰⁾ 이렇듯 동양의 서예는 우리나라의 캘리그래피에도 많은 영향을 끼쳤는데, 서(書)는 손을 통하여 붓이라는 도구를 통해 작가의 사상과 감정을 말하는 캘리그래피가 지닌 속성에 부합하며, 오늘날까지 캘리그래피의 한 부분으로 우리나라에서 뿐만 아니라 동양의 여러 나라에서 캘리그래피로 발전하고 있다. 그러

10) 「서화동원론을 통한 서와 화의 상관성 연구」 임경희, 홍익대학교 석사학위논문, 1996, p.12-16 부분 발췌

나 서예가 글자를 써서 그 형태를 아름답게 표현하려는 문자예술로 그것이 지닌 조형적 잠재력과 가능성에 의해 캘리그래피는 그 속성을 가지고 있기는 하지만 현대디자인에 있어서 비주얼과의 조화가 이루어져야 한다는 점에서 차이가 있다. 서예¹¹⁾가 현대디자인에 부합되는 캘리그래피로 발전하기 위해서는 주목성, 가독성, 조형성, 창조성, 상징성 등 시각적 측면에서 이미지와의 조화가 매우 중요하다. 문자의 단순한 기록에서 나아가 곡선이 갖는 부드럽고 우아한 이미지 효과는 아름답게 표현하고자 하는 미적 욕구에 의해 캘리그래피는 자연스럽게 발전하고 보편화되고 있으며, 필기도구의 한계를 극복하여 다양한 표현으로 오늘날에 이르고 있다. 표현양식과 표현도구, 소재의 발전으로 인하여 디자인도 다양한 표현되고 있는 추세이다.

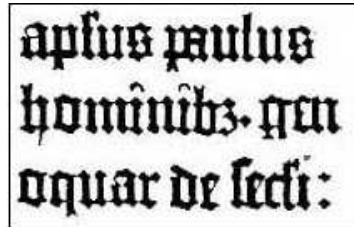
디자인 표현의 한계성을 극복하고 새로움을 창출하기 위해 캘리그래피를 시도하고 있는 현 시점에서 우리나라 독자적 문자인 한글 캘리그래피를 이해하고 나아가 현 디지털시대에서의 캘리그래피의 대한 이해를 돕고자 동·서양의 캘리그래피를 알아보았다. 캘리그래피의 도구적 특성은 다시 자세히 언급하도록 하겠다.

11) 서예의 기본 개념 : 점 선, 그리고 획의 굵고 가늘기, 길고 짧기 붓이 누르는 압력의 강약과 가볍고 무거움, 먹의 농담(濃淡), 문자간의 비례와 균형이 어우러져 미묘한 조형미를 이룬다. 또한 점, 선의 구성과 비례. 균형에 따라 공간미가 이루어지며, 이것은 필순(筆順)에 의한 시간성 또한 도입된다. 이것은 여러 기법의 강약법과 행·초서, 한글흘림 등의 이음줄의 효과, 글 쓰는 빠르기(글쓰기의 시간의 흐름 선상의 리듬이나 박자감) 등을 갖춘 평면예술이면서 동시에 시간예술이기도 한 특이한 분야이다. 이것은 고대 중국에서 발전하여 한자를 사용하는 중국, 한국, 일본, 베트남 등 여러 나라에서 계승 발전하였다. 서양의 캘리그래피 또한 문자를 심미적인 대상으로 삼기는 했으나 서예와는 달리 오직 문자를 뚜렷하고 아름답게 형성하려는 면에서 차이가 있다.

[그림-1] 초기알파벳



[그림-3] 고딕체



페니키언 알파벳(서기전1000년경), 그리스 알파벳 (서기전900년)

[그림-2] 언셜(uncial) 글자체



4-8세기에 걸쳐 그리스, 라틴어 필사본에 쓰인 둥글둥글한 글씨체. 후에 현대 대문자의 기원이 됨.

[그림-4-1] 동·서양의 캘리그래피



-APLLO 作
서양의 펜에 의한 캘리그래피작품

-LOWW 作
서양의 펜에 의한 캘리그래피작품

-효봉 어태명 作
동양의 붓에 의한 캘리그래피작품

[그림-4-2] 한문 서예체의 종류

전서	乾云之事丈乘予丞不乎世
예서	乾云之事丈乘予丞不乎世
해서	乾云之事丈乘予丞不乎世
행서	乾云之事丈乘予丞不乎世
초서	乾云之事丈乘予丞不乎世

- 전서 : 서체의 시발이므로 상형성을 많이 띠고 있고, 좌우 대칭, 상하대칭이 특징이다.
- 예서 : 전서는 대칭을 맞추어야 하고 곡선이기 때문에 쓰기가 불편하다. 그리하여 곡선을 직선으로 바꾸고 원필도 방필로 많이 바꾸고, 필획도 줄여서 쉽게 쓰게 한 것으로 예서의 자형은 납작한 것이 보통이다. 전서에서 해서의 형태를 갖추어 가는 중간 형태이며 가로획의 한 획만 반드시 파세를 한다. 경사가 없고 수평적이다.
- 해서 : 예서가 더 실용적으로 변모하면서 위진 남북조 시대에 와서 해서만의 특유한 풍격을 이루는 지금의 정자. 방필에 원필을 가미한 완미(完美)에 가까운 체계를 이루었고 그 후 안진경이 출현하여 거의 원필을 이용하여 웅장한 남성적인 해서를 완성하였다. 예서를 간략화해서 만든 것으로 정자 또는 진서라고 한다. 단정하고 균제한 모양이며, 오른쪽이 위로 올라가는 특색이 있다.
- 행서 : 초서와 해서의 중간 형태로 해서와 거의 동시에 생겨나서 발전했으리라 짐작됨. 해서를 빨리 쓴 서체이며 획의 연결이 유동적이며 속도감이 있고 변화가 많다.
- 초서 : 한 말에 만들어진 것으로 실생활에 쓰이지 않으며 예술적 면으로 즐겨 씀.

2. 캘리그래피의 표현특성 및 유형분류

캘리그래피는 도구와 재료 그리고 쓰는 사람의 손의 흐름과 세기 속도 등에 따라 독창적이고 다양한 표현이 가능하다. 캘리그래피의 표현특성에는 주목성(注目性), 상징성, 즉흥성, 조형성, 표현의 적합성이 있다.[표-2] 이러한 표현 특성에 맞게 여러 가지 도구와 매체에 따라 다양함이 시도되고 있다.

(1) 캘리그래피의 표현특성

화면이나 레이아웃(lay-out)상에서 어떤 요소를 강조하여 시각적 효과를 극대화하기 위해서는 주목성(注目性)이 필요하다. 문자(기존 타이포그래피)는 레이아웃에 있어서 운용의 변화가 없었으나 캘리그래피의 사용으로 기존 문자의 기계적이고 인위적인 딱딱함 느낌에서 벗어나 그것의 자연스러운 느낌과 대비를 이루어 이를 통해 주목성이 강조되는 것이다. 또한 기존 문자의 기하학적인 느낌이 주는 딱딱함이나 긴장감을 해소시켜주고 인간의 본연의 따뜻한 감성과 자연스러운 정서에 호소한다.

요즘 CI나 패키지디자인(package design)에 있어 캘리그래피적 표현을 부분적으로 삽입하는 경우와 전체를 캘리그래피를 이용하는 경우를 흔히 볼 수 있는데, 이 경우 제품에 대한 이미지와 기억에 있어 큰 영향을 미치고 독창적 주목성을 창출하여 다른 제품과의 차별성을 통해 독창적 표현으로 시선을 유도할 수 있다. 즉, 브랜드네임을 상징할 수 있는 아이코노그래픽적 상징성을 가진다. 표현에 있어 캘리그래피는 도구와 표현방법 등의 차이는 있으나 즉흥적이고 실험적 성격을 지니며, 캘리그래피는 표현하고자 하는 메시지를 내포하여 일회적인 즉흥성으로 주로 만들어지는 경향이 있다.

조형적 심미성은 캘리그래피의 작가 즉, 본인의 성향과 전달하려는 메시지에 따라 다르다. 그 시각적 형태가 특징적이고, 글의 의미를 보다 명확하게 표현하고 차별화시킬 수 있는 캘리그래피의 개념을 도입하여 조형적 원리를 표현할 수 있다.

캘리그래피는 선(線)을 매우 중시하는데, 동양화의 획(劃)처럼 선의 표현은 율동과 여러 감정표현이 담겨있다. 감정표현에 있어 훨씬 풍부하며 경우에 따라 다른 어떤 표현보다 인간적이고 감성적인 차별화된 특징을 가진다.¹²⁾ 현대 그래픽 디자인에서의 캘리그래피의 표현은 하나의 조형요소로서, 우리의 정서와 미적 가치에 준한다는 점에서 그 효용성이 있다. 정형화된 폰트 주변에 자연스러운 캘리그래피를 배치함으로써 친근하고 부드러운 이미지를 주고, 디자인 목적에 적합한 캘리그래피는 제품과 기업의 이미지, 이벤트 커뮤니케이션에서도 긍정적 기능을 한다는 면에서 캘리그래피 표현의 적합성에 대해 말할 수 있는 있다.

(2) 표현방법에 따른 유형

캘리그래피는 표현방법에 따라 장식적 캘리그래피, 가독성 캘리그래피, 그리고 두 가지 장점을 절충한 혼합형 캘리그래피로 분류할 수 있다. [그림-5] 장식적 캘리그래피는 현대보다 과거에 주로 사용되었고, 아르누보보의 화려

12) 「현대 그래픽디자인에서의 캘리그래피적 표현과 조형적 특성에 관한 연구」 정원일, 홍익대학교 석사학위 논문, 1992, p.33

한 포스터를 보는 듯하다. 중세 기독교 문화에서 발생한 대표적 캘리그래피의 형태이다. 아름다운 조형물로 지나치게 유기적이고 장식적 곡선의 사용으로 가독성이 떨어진다. 이것은 장식의 남용이 아닌 질서 속에서 장식이 이루어지며 그 결과는 아름다움으로 이어져야한다는 조건에 따른다.

가독성 캘리그래피는 속도감 있는 자유로운 손 글씨 표현을 주로 한 것으로, 작가의 필체를 그대로 사용한 것이다. 장식이 없으므로 읽는데 무리가 없다. 인쇄활자로 표현하기에 부담스러운 내용을 읽기 쉽고, 정서적으로 편안하고 자유로운 느낌을 주기위해 사용했으며, 작가의 개성적 필체가 나름대로의 신선함을 갖게 한다. 이것의 단점은 성의 없이 끄적여 놓은 듯한 낙서 같아서 본문처럼 내용이 많은 글에 사용할 경우 지저분해 보일 수 있다는 점이다. 조화형 캘리그래피는 장식적인 캘리그래피와 가독성 위주의 캘리그래피의 장점을 조화시킨 형태로, 직선과 곡선의 다양한 전개로 표현되는 현대에 새로운 글자의 형태로 자리 잡고 있다. 장식적이고 유기적인 선에 의한 무질서의 혼란스러움과 낙서와 같은 느낌이 없으며, 이제는 작가의 손놀림만의 완성이 아닌 도구의 사용에 따른 조화도 필요하다.

[그림-5] 장식적 캘리그래피,



조화형 캘리그래피



[표-1] 캘리그래피의 특성

특성분류	내용
본질적 특성	가독성의 탈피, 관념의 형상화, 시각적 이미지를 형성. 글자체자체로 조형표현의 독자적 주제. 감각적 표현의 수용으로 메시지의 목적수행에 일조하여 성취효과를 높임.
구성적 특성	실험적인 글자배열구조 사이의 자간과 행간의 변화로 글자의 결합구조를 탈피하여 글자를 독립된 조형요소로 활용함.
문자적 특성	글자의 형식미학적 구조를 의미론적인 형태로 변화시킴.
표현적 특성	주목성, 상징성, 즉흥성, 조형성, 율동성, 표현의 적합성.
지면적 특성	표현 요소로 공간(여백)의 활용.
색채적 특성	전통적 색상배열에서 탈피, 심리적 효과를 고려한 색채표현.
표현매체적 특성	표현매체의 영역확대, 그림이나 이미지등의 시각요소를 혼합수용. 모든 문자에 다양한 표현이 가능.

캘리그래피는 기존문자의 단순 고지기능에서 나아가 실험적이고 개성적 표현을 통해 차별화된 이미지를 형성, 다양한 매체에서 표현되고 있다.

(3) 표현조형성에 따른 유형

현대 디자인에 있어 캘리그래피 표현들은 모필(毛筆)에 의한 자유로운 추상 형태로 이것은 모더니즘의 대표적 형태인 기하학 추상과는 반대로 비재현성과 일회성을 특징으로 개인주의 경향을 띄고 있다. 일정한 형태와 규칙에

매어있지 않고, 작가의 감성의 의한 매우 다양하게 표현이 이루어지고 있다. 표현에 있어 가장 기본적인 조형요소인 형, 색, 레이아웃에 의해 캘리그래피를 구분해 살펴보면 다음과 같다.

형(shape)은 어떤 형태의 윤곽 즉, 외곽을 한정하는 색과 명암의 변화에 의해 또는 둘러싸고 있는 선에 이루어지는 시각적으로 지각되는 영역을 뜻한다. 현대디자인에 있어 캘리그래피는 대부분 붓에 의한 자유로운 추상형태가 많다. 이것은 조형에 있어 비재현성(非再現性)과 일회성(一回性)을 특징으로 하고, 어떤 일정의 형이나 규칙을 갖지 않고 작가의 감정에 의존해 매우 다양하게 그 형들이 표현되고 있다. 형에 있어 근본요소인 점, 선, 면, 공간으로 나눌 수 있으며 캘리그래피는 주로 점과 선으로 주로 나타난다. 점은 시작과 핵심을 내포하며, 문자이나 인쇄의 끝남과 새로운 문자의 시작을 의미한다. 선은 사물의 형태를 가장 단순히 특징짓는 조형요소로, 이 세상을 묘사하는 매력적 형태를 낳는다. 이러한 형이 캘리그래피의 형태에 재미를 부여하는 하나의 요소인 것이다.

색(color)은 정서, 사상, 심리상태, 행동, 건강까지도 직접적으로 영향을 받는 시각언어로 논리적으로 이해하기보다 직감적으로 인식하게 한다. 시각적 전달과 감성을 자극하여 감각적인 캘리그래피 표현을 위해 색채를 사용하는데, 주로 동양의 경우 붓에 의한 캘리그래피였기 때문에 색채는 먹(검은색 또는 무채색)으로 표현되었으나, 현대에 와서 동양의 캘리그래피 또한 서양의 것처럼 색채를 띠는 것을 볼 수 있다. 전통적으로 우리나라 매체에서 사용되는 다양한 색중에서 기본이 되는 주요색은 검은색, 흰색, 빨간색, 노란색과 파란색이며, 그 보편적 특성과 상징성을 살펴보면 다음과 같다.¹³⁾

붉은색(red)은 불을 상징하고 힘과 에너지 생명력과 관련되어 사랑, 행복의 열정 등의 감정을 자극하며, 공포와 무절제한 욕망과 분노심을 일으키기도 한다. 이것은 넓은 면보다는 액센트(accent) 컬러로 주로 사용된다. 무채색과 같이 배열하면 모던하면서 강렬한 인상을 주고 저명도의 붉은색은 무겁고 차분해서 클래식한 이미지를 준다. 파란색(blue)은 차고 청명하여 수동적이고 고요하다. 마음을 차분히 가라앉게 하는 색으로 압박감을 주지 않고 평온한 분위기를 만들며, 확장, 거리, 무한의 인상을 불러일으킨다. 깊은 바닷속, 드높은 창공, 우주의 광활함 등을 연상시키는 색으로 짙은 파란색은 신뢰감과 믿음을 주어 광고에서 사용되기도 한다.

노란색(yellow)은 긍정적 호감의 색으로 밝고 건강한 이미지를 주며, 높은 채도의 경우 흥분과 적극적이고 호화로운 느낌을 주고 낮은 채도는 부드러운 느낌을 준다. 검정색(black)과 흰색(white)은 강한 명도 대비에 의해 도시적 이미지를 보여주는데, 주목성이 매우 커서 유채색보다 오히려 드라마틱한 화려함과 모던함과 세련미를 준다. 유채색과 함께 사용해서 그 색이 더욱 돋보이게 해주기도 한다.

13) 같은 지역에 살면서 오랫동안 누적되어 색채문화에 영향을 주어 독특한 색채경향을 보이게 되는데 이것을 역사, 전통적 요인이라 하는데 우리나라 전통문화인 오행사상에서 비롯한 오방색(청, 백, 적, 흑, 황)을 기본으로 여긴 전통에 기본 색의 개념은 오늘날까지 이어져서 우리나라 사람들은 청, 백, 적, 흑, 황색을 기본 주요색으로 여기고 있다. 따라서 본 연구에서는 파란색, 흰색, 빨간색, 검은색과 노란색의 다섯 가지 색을 선택하였으며, 구체적 사례분석에서의 색상분류 중 파란색은 거의 사용되지 않은 관계로 범주에서 제외시켰다.

[표-2] 색상별 연상 이미지

red	blue	yellow	black	white
강렬함, 건조함, 불투명함, 휘황함	바다, 투명, 하늘	양지, 따듯함, 백열, 찬란함	어두운 공간	밝은 공간
정렬, 화려함, 위험, 흥분, 강렬, 결렬함, 사랑, 대립, 금지	희망, 청춘 이성, 청결, 정의, 슬픔, 스마트함, 젊음, 시원함, 용기, 정직, 침착	즐거움, 고취, 활력, 주의, 소란스러움, 경솔, 유쾌, 호화스러움	엄숙함, 강함, 호화로움, 신비감, 남성적, 어둠, 불안, 죽음, 장엄함	청결, 결백, 밝음, 새로움, 가벼움, 순결, 진리, 공허, 냉담, 박정함, 차가움, 결백함

캘리그래피에 있어 단순히 주변과 어울리는 색을 칠하기 것도 중요하지만 표현 주제와 관련하여 색상별 연상되는 이미지에 맞는 의미있는 색의 사용도 중요함.

일반적으로 레이아웃(lay-out)은 설계, 배치를 의미하지만 디자인에 있어서는 그래픽 지면에 문자, 기호, 그림, 사진, 일러스트레이션 등의 구성요소를 효과적으로 아름답게 배치하는 것을 말한다. 디자인의 기본적 기술로 미적 조형구성, 가독성, 주목성, 전체적인 통일과 조화를 고려해야한다. 이것의 요소에는 좌우대칭형(symmetry), 비대칭형(asymmetry), 대비(contrast), 여백(space)이 있다. 좌우대칭형은 기본적 형태로 안정적분위기를 풍긴다. 불균형, 비대칭형은 균형이 없다는 뜻이 아니라 좌우가 똑같지 않지만, 그 속에 전체적 균형과 리듬이 내재되었음을 의미한다. 대비는 서로 반대되는 입장에 강조와 리듬으로서 표현된다. 선의 굵기나 타이포그래피에 있어 크기, 글꼴의 변화에도 대비는 생겨나며, 대비가 없는 디자인은 무미건조하고 지루하다. 여백의 기능은 소재의 형과 형을 연결하는 형으로 시각적으로 전달하려는 메시지의 이해를 돕는 역할을 한다.¹⁴⁾

여백은 단순히 디자인되지 않아서 버려지고 남겨진 빈 공간이 아니라, 전달

하려는 주제를 효과적으로 표현하기 위한 의도적으로 남겨둔 공간으로 가독성과 함께 항상 염두에 두어야 한다.

[표-3] 캘리그래피의 조형적 표현특성

구분	내용
주목성 상징성	기존 타이포그래피와의 차별화 기계적, 인위적 느낌의 디자인과 대비. 기하학적 표현의 긴장감해소. 독특한 시각 조형성 표현. 제품과 기업의 이미지상징에 효과적.
즉흥성 일회성	단 한번의 획으로 표현, 같은 선 표현 불가능 다양하고 무한한 실험적 표현가능
움동성 음악성	서예의 '선' 표현에 의한 인간의 심박과 동작을 표현하는 고정된 음악, 자유로운 주관적 감정표출
심미성 조형성	'선' 표현에 의한 글자형태의 감정표현. 일회성, 즉흥적 우연성에 의한 직설적 감정표현. 선과 형에 의한 조형형태의 추상적 표현.
추상성 회화성	문자를 중심으로 조형적, 추상적, 회화적으로 표현하는 문자예술, 추상예술로 문자형태의 형태감정 수반함. 종이 위에 먹과 점 선으로 형을 이루고, 문구의 의미도 형태와 동등한 위치를 두는 점에서 회화에 가깝다.
표현의 적합성	붓에 의한 풍부한 감정표현 가능. 우리 정서와 미감에 합하는 미적가치를 지닌 글자예술로 디자인 창조력을 높이는 무한한 가능성.

캘리그래피는 기존의 인위적인 타이포그래피와 대비되는 자연스러운 느낌의 풍부한 감정표현이 가능한 개성있는 글자체이다.

14) 「시각디자인에 있어서 여백의 효용성에 관한 연구」 박현택, 홍익대학교 석사학위 논문, 1988, p.4

(4) 표현도구에 따른 유형

언어와 문자를 가지고 자신의 의사를 표현한다는 점에서 또한 도구를 가지고 사용한다는 점에서 인간은 동물과 다른 존재임을 인식해 왔다.

현대 디자인에 있어 다른 예술분야와 마찬가지로 캘리그래피에서도 새로운 조형을 창출하기 위해 재료의 취급과 기법에 대한 연구는 심층적으로 다루어야 한다. 재료의 중요성은 루돌프 아르하임(Rudolf Arnheim)의 ‘미술과 시지각’에서 ‘재료는 바로 그림을 있게 해주는 실질적이 도구이며 재료의 고유한 성질에 따라서 기법이 형성되며, 기법과 표현하고자 하는 내용과의 관계에서 양식이 생겨난다. 그러므로 재료 선택에 관한 문제는 표현하고자 하는 주제의 내용까지 변화와 제한을 줄 수 있다’고 언급한데서 잘 알 수 있다.

같은 도구를 사용하더라도 작가의 개성에 다양한 형태의 캘리그래피가 나타나며, 이러한 다양한 도구를 통해 캘리그래피의 표현영역이 더욱 더 확대되고, 그 새로움이 더해간다. 이것은 캘리그래피에 사용되는 도구에도 적용되어 표현하고자하는 의미에서 적절한 도구의 사용이 요구됨을 의미한다.

캘리그래피 표현의 가장 기본적인 도구의 분류는 정신적이고 감성적인 문화에서 기원한 동양문화의 대표적 표현도구인 연필(軟筆-붓(毛筆))과 이성적이고 기능적 문화의 산물인 서양문화의 대표적 표현도구인 경필(硬筆-펜)과 그리고 컴퓨터와 기타도구로 분류하였다.

① 연필(軟筆-붓(毛筆))에 의한 표현

연필(軟筆)은 필기구 중에서 끝(tip)이 부드러운 것을 말한다. 동물의 털 등으로 만든 끝이 부드럽고 유연한 필기도구로서 흔적의 유연함과 힘의 강약

과 표현이 자유로운 것이 특징이다. 연필(軟筆)의 대표적인 도구가 붓인데, 붓(毛筆)은 동양의 대표적인 필기도구로서 흔적의 유연함과 힘의 강약과 표현이 자유로우며 자연스러운 손동작을 유도하고 힘의 강약이나 이동속도에 따라 달리 표현되어진다. 이것은 예로부터 서예를 통해서 표현되는데 지(紙), 필(筆), 묵(墨)이라는 민감한 재료를 통하여 붓과 먹에 의한 조화, 필세의 여백, 먹의 농담의 아름다움을 문자적 조형의식에 의해 인간의 감정과 사상을 작가의 내적 생명력과 울동을 화선지라는 평면적 공간에 그대로 표출하는 점에서 장식적이고 다분히 기술적인 도구로서만 표현되는 붓(주로 남작붓)과는 그 개념이 다르다.

동양의 캘리그래피는 붓에 의한 질감은 여러 가지의 지질(紙質)에 의해 좀더 미묘한 질감을 얻는다. 가장 보편적인 지질이 화선지이며, 먹의 번짐의 효과와 글씨의 굵고 가늘음에 의해 형태를 얻어내거나 지면의 요철(凹凸)을 통해 새로운 형태를 얻거나 먹의 농담에 의해 부드럽고 거칠음을 표현할 수도 있다. 그 느낌은 정제되고 장식적인 느낌보다는 소박하거나 강한 인상을 남긴다. 붓에 의한 캘리그래피는 그 감정 표현에 있어 훨씬 풍부한 가능성을 지니고 있으며 인간적이고 감성적이다. 또한 먹의 번짐 다양한 운필법¹⁵⁾

15) ① 운필법

운필(運筆) : 점, 획을 만들고 글자를 쓰기 위하여 붓을 움직여 가는 과정. 용필(用筆)이라고도 한다. 운필의 기본요소에는 기필, 행필, 수필이 있다.

- 기필(起筆) : 획을 긋기 위하여 처음 붓을 대어 준비하는 동작을 말한다.
- 행필(行筆) : 기필을 한 후 획을 그어 가는 과정을 말한다.
- 수필(收筆) : 기필과 행필을 거쳐 획을 마무리하는 것을 말한다. 마무리는 다음 획의 기필로 이어진다.

등의 우연성에 의해 훨씬 재미있고 다양한 형태를 취할 수 있다.

㉞ 경필(硬筆)에 의한 표현

경필이란 모필에 반대되는 말로 그 끝(tip)이 딱딱한 필기구를 말한다. 경필의 대표적인 도구가 펜인데, 펜은 끝에 모인 잉크의 양이 작가의 의도와는 상관없는 우연의 효과를 만들어내기도 한다. 이것은 굳이 기교를 부리지 않아도 처음 시작할 때와 끝날 때의 활자 굵기는 끝이나 중간에서 자연스럽게 가늘어 졌다가 사라버린다. 선의 굵기 표현이 붓에 비해 다양하지 않고 속도감도 약하다. 경필의 종류에는 환필, 평필, 크레용, G-펜, 볼펜, 사인펜, 매직 등 펜의 형태나 종류가 다양하지만 그에 비해 선의 종류는 다양하지 않고, 펜 끝의 모양과 방향에 따라 가로 세로줄의 굵기가 일정하게 변하며 경직되고 딱딱한 기계적 느낌이 특징이다. 펜은 붓보다 가늘기 때문에 보다 세밀하고 정교한 작업의 캘리그래피를 표현하는데 용이하다. 붓보다 적응이 쉽고, 만들고 다듬어진 아름다움이 있으며 의도한 디자인을 몇 번이고 수정하여 얻어낼 수도 있다.

② 기필하는 방법에 따른 두 가지 형식

- 노봉(露鋒) : 기필할 때 붓 끝을 생긴 그대로 지면에 대어 붓 끝이 획의 표면에 나타나게 하는 것. 이 경우 붓 끝의 흔적이 점. 획에 뚜렷이 나타나기 때문에 유려한 느낌.
- 장봉(藏鋒) : 기필할 때 붓 끝을 획 속으로 감추어 밖으로 드러나지 않게 하는 것으로 무겁고 함축된 느낌.

③ 서체. 서풍의 형성에 근원적인 원리가 되는 운필법

- 방필(方筆) : 점, 획의 기필과 수필에 모(角)가 나도록 하는 것. 예리하면서도 강건한 필치.
- 원필(圓筆) : 기필과 수필에 각이 없이 둥글게 하는 것. 충실하고 온아한 글씨를 보이게 된다.

㉔ 컴퓨터와 그 밖의 도구에 의한 표현

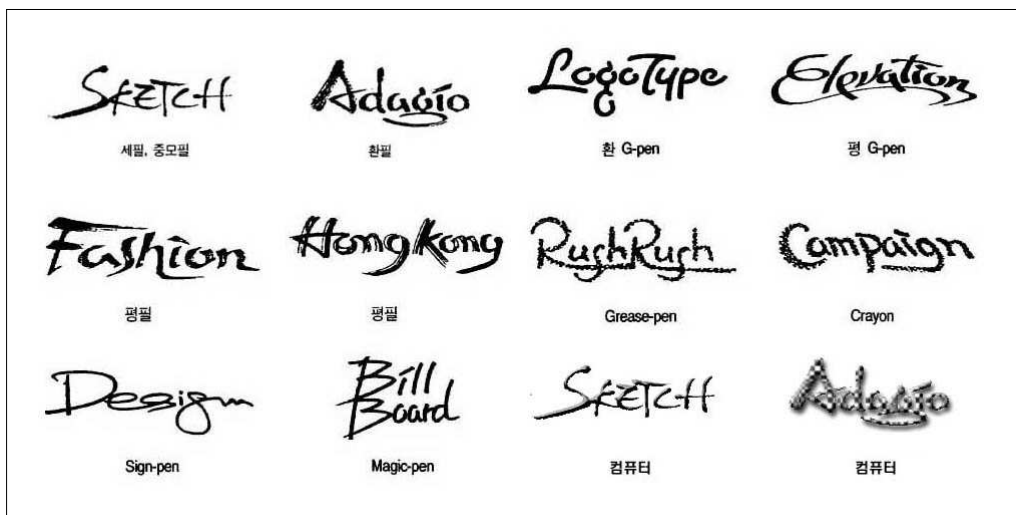
컴퓨터는 기계적이고 입체적인 느낌을 표현해주는 테크닉뿐만 아니라 어떤 서체라도 수용할 수 있는 도구(tool)로 전환되고 있다. 기능면에서 손으로 표현하기 어려운 복잡하게 구성된 서체를 컴퓨터라는 도구의 편이성을 빌어 표현하고 있다. 과거의 펜이나 붓 그밖에 여러 도구가 사용되기는 하지만 쉽고 편리하고 빠르게 작업할 수 있다는 용이성에 때문에 컴퓨터는 오늘날 가장 대중적으로 많이 사용되는 도구라 할 수 있다.

컴퓨터의 그래픽프로그램을 통해 기존의 도구들의 특성을 손쉽게 표현할 수 있다. 붓이나 펜 등 기존에 여러 도구들을 통해 작업된 캘리그래피를 컴퓨터라는 도구를 통해서 목적에 맞게 변형하거나 재조합 하거나 여러 이미지들과 합성하는 등 기존 도구들이 하지 못하는 다양한 표현과 효과를 실험할 수 있다. 또한 다양한 컴퓨터 서체의 개발로 인해 디지털화 된 캘리그래피 폰트를 이용해서 기존 인쇄용 서체와 다른 캘리그래피 고유의 독특한 표현을 보다 쉽게 활용할 수 있게 되었다. 서체를 그대로 사용할 수도 있으나 앞에서 말한 것처럼 목적에 맞게 변형하거나 재조합 하거나 여러 이미지들과 합성하는 등 더 쉽고 편리하게 캘리그래피의 이미지를 좀 더 새롭게 표현할 수 있다. 다시 말하면 각종 컴퓨터그래픽프로그램을 이용하여 획의 두께나 그림자 등을 이용한 표현 및 3D프로그램을 이용하여 글자형태를 직접 3D로 표현할 수도 있다. 컴퓨터의 편리함과 조형 구성을 다양하게 표현할 수 있는 능력 때문에 최근 많이 사용되는 추세이다. 하지만 컴퓨터그래픽의 사용에서 서체운용의 변화와 지루함을 탈피하기 위해 크기와 위치, 두께의 변화 등을 피하나 컴퓨터에 의존해 작업할 경우 그 느낌에 있어서는 다소

차갑고 정형적인 결과가 될 가능성이 높다.

그 밖에 다른 도구들을 이용하여 재미있는 형태와 질감을 얻어낼 수 있다. 분사형 도구, 종이 찢기, 판화, 콜라주, 에피그라피 등에서 나오는 독특한 표현들은 캘리그래피에서 사용되었을 때 성격에 따라 독특하고 적절한 분위기를 창출할 수 있다. 그리고 화선지를 사용하느냐 와트만지나 아트지 등 어떤 종이를 사용하느냐에 따라 각기 다른 미묘한 질감에서 오는 색다른 표현을 기대할 수 있으며, 어떤 바닥용지의 텍스처(texture)를 이용하거나에 따라서도 미묘하고 독특한 분위기를 창출할 수 있다. 이와 같이 앞에서 언급한 도구 외에도 사용가능한 도구는 매우 다양하여, 어떤 형태로 어떤 방법으로 사용하는가, 어떻게 도구와 결합하고 실험하는가에 따라 캘리그래피의 표현재료와 도구는 무궁무진하다.

[그림-6] 다양한 도구에 따른 표현



[표-4] 동·서양 캘리그래피의 도구 특성 및 차이점

	동양 (붓)	서양 (펜)
종류	자호필: 산토끼 털로 만든 붓 낭호필: 이리의 털로 만든 붓 양호필: 양의 털로 만든 붓 경호필: 두 종류 이상의 털을 섞어 만든 붓 이외에 말, 쥐, 족제비, 개, 고양이털도 사용하며, 대나무와 칩뿌리로 만든 붓 등이 있다.	갈대펜(Reed pen) 펜(다양한 모양의 펜) 붓(대부분납작붓) 날짐승의 깃털(Puill)
분사형도구, 크레용, 판화, 꼴라주, 에피그라피, 컴퓨터그래픽 등 표현도구의 무한성		
표현 특성	사용공간의 부자유, 방향전환의 자유성, 속도감에 의한 다양함, 표현 사용성의 제한, 감성표현력 풍부, 다양한 선의 표현 가능, 자연적 유연성	사용공간의 자유성, 방향전환의 부자유, 속도감에 의한 표현 제한, 사용의 용이성, 풍부한 감성표현의 부족, 제한된 선의 표현, 기계적 경직성
문화 특성	경필문화-정신적, 감성적 예술적 가치	연필문화-장식적, 기능적 예술적 가치
정신의 표출이라는 공통된 미의식		

서양의 캘리그래피 도구는 도구에 의한 의존성이 높으며 동양의 캘리그래피 도구는 작가의 기술(skill)에 대한 의존도가 높다.

(5) 표현매체에 따른 캘리그래피

컴퓨터와 인터넷 테크놀로지의 급속한 발전으로 인간이 접하는 매체의 종류는 매우 다양해지고 있다. 매체에서 사용되는 글자들은 과거에는 그 비중이 크지 않았으나 현대에 와서 글자는 그림이나 사진 등 보여줄 수 있는 그 정보를 전달하는데 주요한 역할을 하고 있다.¹⁶⁾

기존의 기하학적 기계적인 문자보다 자연스러우면서 인간적이고 감성적인 독특한 캘리그래피는 차가운 기계적 이미지를 따뜻한 감성으로 상쇄시켜서

다른 영상 매체와 차별화될 수 있는 독특함을 만들 수 있다. 또한 우리민족의 미적 정서와 조형의식에 적합하여 문자표현을 다양하게 할 수 있다는 점에서 현대 디자인 도구로 개성을 표현할 수 있다. 이러한 캘리그래피는 디자인 표현의 한계성을 극복하고 새로움을 창출하기 위해 TV, 영화, 광고, 뮤직비디오, 간판, 책표지, 패키지(package), 폰트(font), 웹(web) 등 우리의 생활문화 속의 다양한 시각매체에서 표현되고 있다.

현재 각종 매체에서 표현되는 캘리그래피 사례는 사례를 통해 간단히 알아보았다. [그림-7~16, 18-1, 18-2] 우리나라의 경우 손 몇 글꼴로 떡과 붓의 탄력성 있는 표현의 캘리그래피가 주를 이루며, 이것은 한국전통의 미와 정서를 나타내고 있다. 서예의 필선 감각이 기본이 되어야 하므로 필법에서 느껴지는 손의 흐름과 힘의 세기, 필선의 굵고 가늘에 따른 변화의 운동성, 유연성 등 필선의 유희에 따라 그 표현은 매우 다양하기 나타나고 있다. 그러나 그림에서 보듯이 대부분 비슷한 동양의 붓에 의한 서예형 손 몇 글꼴의 형에서 크게 벗어나지 못한 모습으로 캘리그래피가 가진 새로운 시도와 실험보다는 이미 익숙해진 글꼴의 형을 답습한 채, 캘리그래피의 본연의 특성을 제대로 살리지 못하고 있으며, 새롭고 개성적이기 보다는 이미 너무 익숙한 형태로 고정되어 있음을 볼 수 있다. 캘리그래피는 글자와 이미지를 동시에 표현해야하여 매체에서 요구하는 주제와의 조화가 요구되며, 다양한 재료의 시도와 함께 다양한 형태의 캘리그래피의 시도가 필요하다.

16) 「캘리그래피 개념의 한글 적용에 관한 연구」 심진수, 서울여자대학교 석사학위논문 1996, p.36

[그림-7] 책표지에서의 캘리그래피의 활용 사례



세 마리 여우(IVP), 소설 청기스칸(웅진), 어린이와 평화(창비), 프란체스카 리 스토리(랜덤하우스중앙), 한 권으로 끝나는 공인중개사 (법률출판사)

[그림-8] 인쇄광고에서의 캘리그래피의 활용 사례



햇살담은 간장 秀, 제일제당 '澤', 햇살담은 간장 (청정원), 삼성화재신문광고, 을지병원 신문광고

[그림-9] C.I / B.I 에서의 캘리그래피의 활용 사례



예가(쌍용스위트닷홈), 디지털애니메이션 회사-파라다임, 2004 마야자키 컨벤션, 이현쌀, 범무법인信友

[그림-10] package에서의 캘리그래피의 활용 사례



샤누끼우동(면사랑), 포도송이담(배상면주가), 순죽차(농심), 상해탕면(농심), 양념이 듬뿍 든 삼장(샘표), 생우동(오뚜기)

[그림-11] game CD cover에서의 캘리그래피의 활용 사례



풍운신선조, 검호, 잭3, 천추홍, 요시츠네영웅전, 씨프, 하이드리움, 스트리트호프스

[그림-12] music CD cover에서의 캘리그래피의 활용 사례



중앙컬처밴드 - 源 (2005.7),
 Lin Hai & Friends - Pipa Image (2005.7),
 Alicia Keys - Unplugged (2005..10),
 Stevie Wonder - A Time to Love (2005.10)

홍경민 - Emotion in Memory (2005.10),
 동방신기 - Rising Sun (2005.9)
 Silje Nergaard - Brevet (1995)
 SigurRos - Takk (2005.9)

[그림-13] 포스터에서의 캘리그래피의 활용 사례



어깨동무콘서트, 서울프린지'용유열전자'페스티벌, 해바라기-온누리교회전도집회, 이승철콘서트

[그림-14] 간판에서의 캘리그래피의 활용 사례



赤松(COEX 종식당), 지화자(인사동 카페), 신씨화로(화로구이전문점), 행복한 식탁(강남역 한식당), 솨리(인사동 공예점), 포하이산(베트남식당)

[그림-15] 웹 사이트의 캘리그래피의 활용 사례



취화선 <http://www.chihwaseon.com> 만도 CEO 오상수 <http://www.ohsangsoo.pe.kr>

너는 내 운명 <http://www.mysunshine.co.kr>

[그림-16] TV광고의 캘리그래피의 활용 사례



벽산건설-블루밍 아파트, P&G-헤드&솔더, SK 테레콤-준(Jun), 펜텍-큐리텔, 베스킨라빈스31, 오리온-고소미, 한국안센- 니조랄, 보해-복분자주

3. 디지털시대의 캘리그래피

우리나라의 캘리그래피는 한자를 대상으로 해서, 행서, 초서와 같은 흘림의 정도를 모두 포함하여 지(紙), 필(筆), 묵(墨)을 통하여 조형적으로 발전해왔으며 이를 감상의 대상으로 오늘날 한글 캘리그래피는 서예를 통해 하나의 글자 예술로써 발전시켜왔다. 15세기 만들어진 고유문자인 한글은 단순한 기능적 미와 편리함 이전에 그 정체성에 큰 의의를 두어야한다.

한글은 모아쓰기 글자이므로 글자의 연결에는 많은 제약이 따르지만, 서양과 동양의 한자 캘리그래피 못지않게 다양한 아름다움을 전개시켜나갈 수 있는 가능성을 지니고 있다. 한글은 그 형태에 맞게 매체의 특성이 요구하는 대로 잘 표현되어서 한글 캘리그래피로 발전하고 있으며, 현대적인 변형을 통하여 기존의 한글 캘리그래피가 지닌 단조로움에서 회화성과 즉흥적 실험성을 지닌 무한한 표현방법으로써 변화를 거듭하고 있다. 물론 같은 동양 문화권 안에서 한자 서예의 영향을 받은 것은 사실이지만, 한글은 한자와 비교할 수 없는 소리글자로 모아쓰는 형태의 단일구조의 문자로 형태적으로 볼 때 자소(字素)는 기하학적인 형태(ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㅁ, ㅂ, ㅅ, ㅇ, ㅡ, ㅣ)를 기본으로 여기에 획을 더하거나 결합시켜 초성, 중성, 종성을 결합시켜 사용하는 음절문자인 세계유일의 독특한 특성을 지닌 문자이다.

우리나라의 자연과의 조화라는 전통 미의식에서 캘리그래피는 자연스러운 멋이라는 그 표현 방식에서 통하여 서양과 달리 부드러움이라는 형(形)을 취하는데 그 매력과 가능성을 지니고 있다.

위에서 언급한 한글의 독특한 특징으로 인해 한글은 의미상으로나 형태적으로 시각적 언어로 사용할 수 있는 무한한 가능성을 가지고 있으며, 디지털

시대에 한글과 서예디자인과 결합된 가능성을 연구하는 것은 매우 의미 있는 일이 될 수 있다. 그리고 개성과 감정이 없이 똑같은 복제품만 사용하는 획일화된 디지털화 시대에서 인간은 본인 고유의 아이덴티티(identity)를 확립하기 위하여 자연스럽게 인간미가 느껴지는 캘리그래피의 표현의 중요성은 점차 높아지고 있다. 따라서 이 분야의 새로운 시각 창출과 함께 다양한 개성과 기법의 적용이 요구되며, 개성적이고 형태적 아름다움과 조화를 추구하는 독특한 글자인 캘리그래피는 인간적이고 자연스러운 이미지를 표현할 수 있어서 사용성이 확대되고 있으며, 이것은 순수 주관 감정과 주체적 자아의 개성표현을 가장 중히 여기는 예술로 문자 문화 예술의 중심으로 자리 잡고 있다.¹⁷⁾ 컴퓨터와 인터넷 각종 디지털 미디어의 발전으로 인해 데스크 탑 컴퓨터와 초고속 인터넷 그리고 각종 소프트웨어와 페이지 메이킹 프로그램의 시대인 지금, 글자의 형태는 외형의 유동성과 조작성의 용이성의 시대를 맞이하였다.

우리나라의 경우 그 동안 인터넷이나 워드프로세서 등에 디자인 폰트가 널리 사용되어 왔지만 대부분 폰트회사와 하드웨어, 소프트웨어 회사 등의 관련업계에서만 국한되어 사용되었고, 디자인 관련 전문가를 제외하고는 개인 사용자들이 직접 폰트를 구매하여 인터넷상에서 사용하는 일은 흔치 않은 일이었다. 그러나 현재 우리나라에서는 개성을 중시하는 인터넷 사용자들이 다른 사람과의 차별화 욕구로 인해 각종 온라인상의 개인 블로그(싸이월드,

17) 「한국 타이포그래피의 정체성에 관한 연구」 안상수, 디자인학 연구 통권 제34호

네이버 블로그 등)나 웹 메일에서 이미 캘리그래피 폰트를 돈을 주고 구입하여 자신의 개인 홈페이지를 꾸미고 있으며, 또한 핸드폰에서도 기존의 폰트가 아닌 새로운 디지털 폰트로써의 개발이 이루어져 사용되고 있다. [그림-18]

이것은 웹 폰트와 인쇄, 디자인 업종에서 사용할 트루타입 폰트 등의 디지털 폰트로 개발하여, 블로그 및 미니홈피, 온·오프라인 게임, 모바일 배경화면 등 다양한 콘텐츠로의 활용이 가능한 것이 주요 핵심기술로 손 글씨의 디지털 폰트화 즉, IT 기술이 접목되어 새롭게 시도된 디지털 콘텐츠로 캘리그래피가 활용되고 있음을 보여준다. 현재 여러 폰트디자인회사에서는 대학과의 산학협동이나 예쁜 손 글씨 공모전 그리고 연예인의 손 글씨 등을 통해 더욱 더 새롭고 개성있는 손 몇 글씨인 다양한 캘리그래피의 디지털 폰트화에 앞장서고 있다. 따라서 캘리그래피에 있어서도 디지털시대의 특성을 활용하여 표현방식에 있어서 더욱더 실험적이고 창조적인으로 우리의 정서를 현대적 감각에 맞게 디자인하고 시각화하는 새로움이 더욱 더 요구되고 있으며 대중들은 획일적 사고에서 벗어나 개성과 새로움을 디자인에 반영하기를 요구하고 있다. 그들의 욕구를 충족시키기 위하여 공통된 기호나 환경변화를 빠르게 읽고 적절히 표현해 나아가야하며, 그것이 디자이너의 역할이다. 컴퓨터와 인터넷이 지속적으로 발전되는 디지털 시대에 컴퓨터라는 새롭고 편리한 도구는 캘리그래피라는 자연스럽고 친근한 글자에 기계가 지닌 합리성과 새로운 표현시도라는 측면에서 그 효용성과 가능성이 매우 크다. 이것은 컴퓨터와 인터넷 등 각종 디지털 미디어의 발전으로 극도로 발달한 최첨단 정보화 사회된 현대사회에서 컴퓨터라는 새로운 도구의 등장

은 이제 그 편리성만큼 더욱 더 다양한 욕구를 충족시켜야함을 의미한다. 즉, 컴퓨터라는 편리한 도구의 출현으로 앞에서 언급한 다양한 장점을 지닌 기존의 폰트와 차별화되고 개성있는 글자인 캘리그래피를 보다 쉽고 빠르게 구현할 수 있도록 캘리그래피의 폰트화가 이루어져야하며 이런 디지털 폰트화를 통해 보다 쉽게 대중에게 다가가야 한다. 이러한 디지털 폰트에 관해 구체적으로 언급하면 다음과 같다.

[표-5] 디지털시대의 캘리그래피



(1) 컴퓨터와 한글 폰트의 이해

컴퓨터의 정보표현의 가장 기본단위는 비트(bit)이고, 이것은 0과 1로 이루어진 2진체계로 0과 1의 조합을 통해 코드를 구성한다.

코드는 우리가 쓰는 일상의 문자나 숫자 등을 컴퓨터가 이해할 수 있는 2진

체계로 표현한 것을 말한다. 한글은 자음 14자와 모음 10자로 모두 24자의 기본자로 되어있으며 한글은 초성, 중성, 종성의 30의 자모가 하나의 글자를 만들어내는 모아쓰기의 제자원리를 이용하여 11,172자를 만들 수 있으며 이것을 코드화 하는 것이 한국코드표준의 설정 문제이다.

한글의 코드화는 초성, 중성, 종성이 조합된 개별적인 낱글자마다 특유의 코드를 매기는 방법과 초성, 중성, 종성에 각각의 코드를 매긴 후 조합하는 방법이 있다. 전자를 완성형코드라 하며, 후자를 조합형코드라 한다.

완성형코드는 직접 폰트의 이미지를 지정, 각 글자마다 고유의 주소를 가지고 있어 글자를 찾아 구성하는 데 시간이 절약되는 반면 폰트 이미지를 위한 컴퓨터의 기억공간이 많이 필요하며, 만일 저장되어있지 않은 활자를 사용하면 출력되지 않는 단점이 있다. 반면 조합형코드는 각기 따로 가지고 알맞게 조합해서 모든 한글을 다 만들 수 있으나 여러 폰트의 조합으로 글자가 만들어지는 과정 때문에 이를 처리하는데 걸리는 속도가 느린 편이나 기억공간을 적게 차지한다. 이것은 완성형방식보다 적은 수로 얼마든지 출력가능한 글자를 만들 수 있다는 점에서 경제적이고 능률적이다. 따라서 코드체계가 어떤 식으로 바뀌든 오늘날 글자수의 증대는 필연적이며 한글 11,172자와 최소 5,000자에서 20,000자의 한자를 만들어야하는 점을 고려할 때 완성형보다는 조합형방식을 택하는 것이 능률적이며 바람직하다.

(2) 디지털 폰트와 캘리그래피

정해진 크기와 형을 가진 자(字)를 폰트라 하고 우리가 일반적으로 명조체, 고딕체등으로 불리는 것들이 모두 여기에 속한다. 디지털 폰트는 컴퓨터상

으로 전산화 된 상태를 뜻하며, 컴퓨터로 제작되는 서체에는 크게 비트맵폰트(bitmap font)와 아웃라인(vector font)으로 나눌 수 있다. 컴퓨터로 글꼴을 표현하고 기억하는 방식에서 화면의 도트 정보를 레스터(raster)정보라 하는데, 레스터란 수많은 수평축과 수직축에 둘러싸인 사각평면을 말하며 각각의 점의 집합을 점 행렬식으로 글자를 표시하는 폰트를 점글꼴, 비트맵 폰트(bitmap font)라 한다. 이것은 글자에 대한 가변성이 적어 글꼴의 표현력이나 사용 범위의 제약이 따르고 정해진 크기 이상으로 확대했을 경우 화면의 점의 모양이 그대로 보이는 계단현상으로 윤곽이 거칠어 인쇄하는데 문제가 발생한다. 벡터¹⁸⁾(vector)방식에 의한 아웃라인 폰트(outline font)는 문자 이미지 정보를 벡터로 한다는 것으로 즉, 문자의 윤곽 정보를 디지털 기호로 갖는다는 뜻에서 테두리글꼴(outline font)이라고 한다.

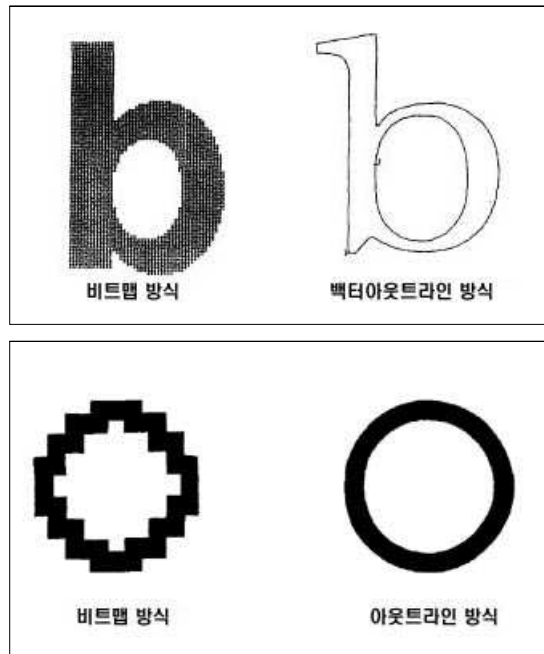
이것은 베이지어(bezier curve) 곡선과 스플라인(spline curve)의 두 가지 식으로 표현되는데 아웃라인 글꼴은 수학적 연산을 통해 제도기를 이용하여 글꼴을 설계하는 것처럼 글꼴을 설계함으로써 설계가 수월하며 기억력 또한 줄어든다. 이것은 글자의 크기의 변화에 대한 처리가 가능하므로 출력장치가 고밀도일수록 품질이 정교한 결과물을 얻을 수 있고, 폭과 기울임 같은 글꼴의 변화도 표현이 가능하다. 하지만 출력할 때 이 점들은 윤곽선을

18) 벡터(vector) : 방향과 크기를 가진 선분. 속도, 가속도와 같이 크기와 방향을 함께 갖는 양을 나타내기 위해 사용되는 개념. 보통 시작점과 끝점을 가지는 화살표로 나타낸다. 컴퓨터 그래픽스에서 화면이나 플로터에 그려지는 선분을 가리키는 말. 특히 점을 사용하지 않고 실제로 점과 점을 연결하는 선분에 의하여 그림을 나타내는 방식이다.

다시 계산하여 그려진 후 내부의 점으로 채워서 글꼴의 변화를 처리해야하기 때문에 필요한계산량 만큼 속도가 느려지는 단점이 있다.

한글을 그래픽이 아닌 텍스트상태에서 취급하고 있는 대부분의 워드프로세서의 경우는 비트맵 폰트도 가능하겠지만 그래픽 분야에서 돋보임 글자로 사용되는 캘리그래피의 경우 디지털 폰트로 제작하기 위해서는 글자의 크기와 각도 등이 다양해야하므로 벡터아웃라인 폰트로 표현되어야한다.

[그림-17] 비트맵과 벡터아웃라인 방식과 출력에 의한 'o'의 형태



비트맵 폰트의 경우 계단현상에 의해 깨끗하고 정교한 출력물을 얻을 수 없다

[그림-18-1] 폰트에서의 캘리그래피의 활용 사례

· 단어	Ultra Light	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	M	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 비상	Ultra Light	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 02	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	M	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 개별	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	M	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 크레용	Black	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 이동진	Original	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	M	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
· 토담	L	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	M	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.
	B	하늘처럼 맑은 사람이 되고 싶다.

[그림-18-2] 웹 폰트에서의 캘리그래피 활용사례

<p>1. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us some day there'll be when chains are 011-1234-5678</p>	<p>2. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us, someday there'll be when chains are 011-1234-5678</p>
<p>3. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us some day there'll be when chains are 011-1234-5678</p>	<p>4. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us, someday there'll be when chains are 011-1234-5678</p>
<p>5. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us, some day there 'll be when chains are torn by 011-1234-5678</p>	<p>6. 동해물과 백두산이 마르고 닳도록 하느님이 보우하사 우리나라 만세 A time for us, some day there 'll be when chains are torn by 011-1234-5678</p>

테이체, 비체, 현빈체, 문근영체(스타폭스), 또래통체, 웹광수체(산돌)

(3) 디지털시대의 캘리그래피의 전망

시각커뮤니케이션을 위한 인쇄 지면상의 전유물로만 여겨지던 글자가 디지털 시대의 발전된 테크놀로지에 의해 웹(web)과 방송미디어라는 새로운 매체를 만나면서 새로운 기능과 역할을 담당하게 되었다. 디지털시대의 가장 큰 변화는 동영상과 소리가 화면(모니터, 스크린 등)안에서 동시에 표현이 가능한 멀티미디어의 시대라는 점이다. 이것은 조형요소들에게 움직임을 부여하고 시간을 부여함으로써 소리와 함께 입체감 있는 표현을 화면이라는

공간을 통해서 인쇄매체에서 불가능했던 새로운 표현이 가능하게 한다는 점에서 가장 큰 특징이 있다. 전통적 인쇄매체에서는 사물자체에서 질감을 부여하는 지면이라는 2차원 공간에 의해 내용이 전달된다.

캘리그래피의 표현 또한 지질이라는 매체를 통해서 인쇄를 통해 정밀하고 세밀한 표현이 그대로 보는 이에게 전달되어, 책 등을 통해서 직접 보는 사람이 손으로 만지고 넘기는 등의 행위를 통해 지질과 부피감을 느끼면서 캘리그래피에서 디자인된 감정을 지면이라는 매체를 통해 전달하는 커뮤니케이션 방법인 것이다. 하지만 각종 멀티미디어매체는 화면이라는 공간을 통해서 물질적으로는 실제로 존재하기는 하지만 가상공간을 통해 구현되는 가상의 질감을 느낀다는 점에서 아무리 실제와 가깝게 보여진다고 하더라도 전통적 인쇄매체에서 느껴지는 글자의 질감과 감정의 표현에는 차이가 있다.

화면은 픽셀(pixel)이라는 작은 단위로 구성되어 있어서 그 표현에 있어서는 가는 선이나 세부의 형태 묘사를 인쇄매체처럼 정교하게 보여주지 못하고 해상도의 차이에 의해 고품질의 글자표현과 캘리그래피의 세밀한 감정표현의 제약이 따른다. 이렇듯 한계가 있는 것은 사실이지만 생활 깊숙이 이미 한 부분으로 자리 잡은 컴퓨터와 인터넷 등의 멀티미디어 환경에서 글자의 새로운 표현영역을 확대해 나아가야 한다는 점에서 캘리그래피를 이해하고 3D와 애니메이션기법을 사용하여 그 표현 영역을 확대하고 새로운 실험을 한다는 점에서 문제점을 극복해 나아가야 한다. 또한 앞으로의 컴퓨터와 각종 테크놀로지의 발전으로 인쇄매체에서 느껴지는 세밀한 표현 및 감성전달 측면과 화면으로 보여지는 표현의 차이는 점차 좁혀지고 극복될 것이다.

Ⅲ. 한국 영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서의 캘리그래피 표현 사례분석

1. 한국 영화 포스터와 TV 드라마에서의 캘리그래피 표현

영화나 TV드라마의 경우 타이틀은 그 작품의 얼굴이다. 타이틀이란 표제 제목, 직함이란 뜻으로 타이틀은 드라마나 영화의 성격과 앞으로의 전개 방향, 그리고 마지막 결말에 대한 상황까지도 이어져야 한다. 관객이나 시청자로 하여금 상상할 수 있게 함축적이고 상징적으로 암시해주어야 한다. 또한 타이틀은 보는 이로 하여금 눈을 떼지 못하게 붙잡을 수 있는 강한 시각적 메시지를 담고 있어야 성공적인 타이틀이라 할 수 있고, 그러한 흥미유발이 지속적인 드라마 시청이나 영화를 보게 만드는 요소로 작용한다.

일찍이 영화에서는 자막이란 말이 사용되었으나, 지금은 타이틀이라는 용어가 널리 사용되고 있다. 타이틀하면 오프닝 타이틀(opening title)이나 엔딩 타이틀(ending title)처럼 문자와 함께 나오는 스틸사진과 음악 등 영상으로 처리된 TV이나 영화의 처음과 끝에 나오는 영상을 이해하겠지만, 본 연구에서 타이틀이라 함은 영화나 TV드라마의 타이틀 디자인에서 디자인된 레터링 된 제목 문자 즉, 로고타입만으로 한정 짓는다. 본 연구가 영화 포스터와 TV드라마라는 매체로 한정짓는 관계로 여기서 사용된 타이틀 로고타입을 이후로 타이틀이라고 하겠다.

포스터는 장소의 제약 없이 쉽게 대중의 생활공간에 부착해서 반복해서 보게 함으로써 전달효과를 높이는데, 이것은 종이라는 임의의 평면공간에 조

형적으로 표현하여 어떤 주제나 상품이나 행사의 존재를 사람들에게 전달하기 위함이 그 목적이다. 포스터란 원래 기둥을 뜻하는(post)에서 유래된 것으로 거리의 벽이나 기둥에 주로 종이로 인쇄된 시각전달을 위한 상업적인 선전물을 뜻한다.¹⁹⁾ 그 중에서 영화의 홍보를 목적으로 하는 영화포스터는 영화를 사람들에게 홍보해서 관람하도록 유도하는 상업적인 성격 외에도 여러 조형적인 표현을 통해 영화의 이미지를 대중에게 알리고 함께 즐기고 느끼게 하는 커뮤니케이션 수단이다.

인터넷과 컴퓨터의 발전으로 인해 수많은 정보를 접하며 살고 있으며 인간 관계에 있어서 컴퓨터라는 기계를 통한 삭막하고 감성이 결여된 디지털 정보사회에서 정보를 어떤 방법으로 전달하는 하는가에서 어떻게 하면 효과적으로 전달하느냐가 중요한 문제로 부각되고 있다. 이러한 시점에서 관객을 영화관으로 끌어들이기 위한 홍보수단으로 TV나 신문광고, 웹, 영화 예고편, 포스터 등 다양한 매체에서에서 홍보하고 있다. 이러한 여러 마케팅 요소 중 가장 기본적이고 중요한 매체가 영화포스터이다.

이것은 영화가 지닌 내용을 최대한 살려 한 컷의 화면에 담아내어 대중매체를 통해 한 장의 포스터에 함축된 이미지로 전달되어 관객에게 각인되어진다는 점에서 ‘한 장으로 표현되는 영화’라 불릴만큼 중요한 홍보수단이다. 이러한 영화 포스터에서 가장 중요한 기본요소가 바로 타이틀로고이며, 따라서 영화사들은 관객에게 좀 더 강하게 어필하여 흥미를 유발하고 기억에

19) 「디자인사전」 조영제, 권명광, 안상수, 이순중 기획, 안그라픽스, 2000 p.42

오래 남게 하며 그에 따라 관람을 유도하여 흥행에 성공하기 위해 영화타이틀 디자인에 많은 노력을 기울인다. 즉, 영화 타이틀은 단순히 문자로 영화 제목을 사람들에게 알리기 위한 고지(告知)의 기능을 넘어 영화의 스토리와 함께 영화의 의미와 그 이미지를 함축적으로 전달하는 표현방법이다.

타이틀 로고타입은 영화의 제목을 알리는 문자체로, 시대의 요구에 의한 조형미와 함께 명시성과 가독성을 기본으로 단순한 문자 자체가 아닌, 그리고 미적인 표현만이 아닌 동시에 두 가지 요건의 충족과 함께 대중과의 정서적 교감까지 고려해야한다는 점에서 매우 그 중요성이 커지고 있다.

2000년대 들어서 한국 영화산업은 가장 큰 전성기를 맞이하여, 1993년 15%이던 시장점유율이 지속적으로 성장하여 1999년 '쉬리'로 이어진 초대형 흥행영화는 '공동경비구역 JSA', '친구'에서 2004년 '실미도'와 '태극기 휘날리며' 1000만 관객 시대로 현재 2005년 '웰컴 투 동막골'까지 8백만 관객을 동원하는 등 꾸준하게 이어져서 한국영화의 위상이 나날이 높아지고 있다. 우리나라에서도 발전된 영화 산업과 함께 그 영화의 이미지를 일차적으로 알리는 수단인 타이틀 디자인의 중요성도 크게 인식되어 발전하고 있으며, 영화타이틀에 있어 캘리그래피 표현 또한 현재 영향력이 커지고 있다. 2001년 28%에서 2005년 11월 현재 개봉 영화 총 56 편 중 캘리그래피 타이틀이 차지하는 비중은 26편으로 45%를 차지하고 있다. 영화에서 캘리그래피 표현은 안정적으로 증가하고 있다. 한편, 케이블방송과 위성방송의 등장과 더불어 방송매체 간 경쟁구도가 날로 심해지고 있는 시점에서 시청자들에게 프로그램의 독창성을 명확히 인식시키기 위해 타이틀 디자인의 중요성이 날로 커지고 있으며, 또한 한류의 열풍으로 인해 많은 드라마가 외

국으로 수출되는 현시점에서 타이틀 디자인은 더욱 그 가치와 중요성이 날로 높아지고 있다. TV 타이틀이라 함은 프로그램의 처음 시작에서 보여주는 단순히 제목의 열거가 아니라 사람에게 건네는 이름에서부터 간단한 본인의 소개를 하는 일종의 첫인사이다. 드라마의 제목을 알리는 기본적인 기능은 물론 그 내용과 성격까지 포함해서 함축하여 시청자와 함께 감성적으로 커뮤니케이션해야 할 의무가 있다. 그러므로 타이틀 디자인은 프로그램의 간판인 만큼 프로그램을 꿰뚫어보는 통찰력과 함께, 언어로 표시되어있는 아이디어를 시각화해 내는 창의력과 구성력, 시청자의 입장에서 생각해야 하는 분별력 등 감각과 사고의 팔방미인이 되어야한다.²⁰⁾

타이틀은 그 내용과 의미하는바 그리고 장르 등 영화의 총체적 이미지를 함축해서 비극은 비극다운 비장미를, 희극은 희극에서 보여주는 즐거움과 행복한 감정을 조형적요소를 통해 전달하려는 가독성²¹⁾(legibility)과 판독성²²⁾(readability)을 모두 나타내야한다.

타이틀로고 중 캘리그래피 타이틀은 시각커뮤니케이션을 통해서 영화에 대한 관심을 높이고 흥미를 유발시키고 보는 이로 하여금 호응과 참여를 유도하기위해 기존 서체가 지니지 못한 감성적인 표현을 할 수 있다는 측면에서

20) 「TV타이틀 디자인의 캘리그래피 표현에 관한 연구」 노영호, 청주대학교 석사학위논문, 1995, p.20

21) 가독성(legibility) : 개개의 글자형태를 식별하고 인지하는 과정.

22) 판독성(readability) : 보고 지각하는 과정의 성공도.

읽기 쉬고, 재미있게 읽을 수 있게 함. 장기간에 걸친 인쇄물의 쉽게 읽을 수 있는 정도를 좌우하는 활자의 특성.

통한다. 독창적인 디자인의 차별화된 타이틀 디자인을 위해 앞의 캘리그래피가 가지고 있는 장점인 기존 타이포그래피와의 다른 기계적, 인위적 느낌의 디자인과 대비된 인간적이고 자연스러운 표현과 그 독특함과 함께 영화가 지닌 감성을 표현할 수 있다는 점에서 타이틀디자인에서 캘리그래피의 표현은 메시지 전달에 효과적이며 그 효용성 또한 크며 시대적 요구에도 부합한다. 차별화된 시각요소로 시대적 감성을 적용한 이미지로 대중과 교감하는 수단으로써 캘리그래피의 표현을 분류 비교하여 연구하고자 한국영화 포스터와 TV 드라마 타이틀에서의 캘리그래피 표현에 관해서는 다음의 사례를 통해 좀 더 구체적으로 알아보겠다.

2. 대상선정 및 분석방법

우리나라 매체에서 표현되는 캘리그래피의 현황 및 표현 형태를 분석하고자 다음과 같은 두 분야를 선정하였다. 인쇄매체에서와 영상매체를 선택, 인쇄매체에서는 영화포스터에서의 타이틀을 중심으로 영상매체에서는 방송 드라마 타이틀을 선정하였다. 두 매체 모두 제목을 단순히 고지하는 기능에서 나아가 스토리와 그것에 포함된 이미지를 함축적으로 전달하는 표현방법으로 대중과의 효과적인 커뮤니케이션하기 위해 감성적 표현의 캘리그래피를 사용한다는 점에서 공통점이 있어 두 매체를 선정하였다.

영화 타이틀은 2004년부터 2005년 11월까지 극장에서 개봉한 한국영화 포스터중에서 캘리그래피 로고타입 영화를 분류였다. 개봉영화는 장르별로 가장 많이 제작되고 흥행에도 비교적 성공하는 여섯 가지 장르(드라마, 로맨스, 코미디, 액션, 미스터리 스릴러, 호러)와 함께 앞으로 발전 가능성이 큰

애니메이션 장르를 포함해서 선정하였다. 그러나 독립영화나 예로, 다큐멘터리 등은 선정에서 제외하였다. 2004년도 극장 개봉작 총 65편 중 33편을 선정하였고, 2005년도는 총 56편 중 25편을 선정하였다.²³⁾ TV 드라마 타이틀은 공중과 방송 3사에서 2005년 11월 최근까지 방영중이거나 최근에 종영한 드라마 중 KBS, MBC, SBS 방송사별로 각각 15편씩 총 45편의 드라마 중에서 캘리그래피 타이틀 드라마 31편을 선정하였다. 그 중 어린이 및 청소년 대상 드라마와 특집극과 외화시리즈, 단막극은 제외시켰다.

위에서 추출한 분석대상 중 영화타이틀 로고는 캘리그래피의 표현 조형성에 의해 분류 특징을 알아보기 위하여 표현도구별, 색상별로 유형 분류하여 분포율을 알아보았다. 단, 레이아웃별로는 주로 상단 아니면 하단에 배치되어 있는 형태를 보이므로 캘리그래피만의 특징을 보이지 않아서 분류대상에서 제외하였다. 앞의 분류는 영화 장르별로는 따로 분류하지 않았고, 연도별로만 구분해서 분류해 적용했다. 그리고 형태별로는 영화 장르별, 표현도구별, 색상별로 좀 더 구체적으로 접근해보았다. TV드라마 타이틀의 경우 드라마 오프닝타이틀에서 스틸 컷 중 하나를 선정 캘리그래피 표현요소에 대한 범주를 도구별, 색상별, 형태별 분류하다. 단, 오프닝타이틀에서 스틸 컷을 구하지 못한 것은 드라마 홈페이지의 타이틀로고로 대신한다. 우선 방송3사별로 구분해서 위의 내용을 분석한 후 종합하였다.

23) 본 연구의 한국 영화 선정은 2004년~2005년 11월까지 국내 최대 규모의 멀티플렉스영화관인 메가박스에서 상영된 영화 121편을 중심으로 조사하였다. <http://www.megabox.co.kr>

(1) 한국영화의 캘리그래피 사용 현황

2004년부터 2005년 11월까지 극장개봉작 중 포스터의 타이틀에서 캘리그래피 표현 현황을 연도별, 장르별로 산출하였다. 2004년에는 총 65편 중 33편(51%)이고, 2005년에는 총 56편 중 25편(45%)으로 다소 캘리그래피 사용 비율이 다소 감소하기는 했으나, 48%로 사용 여전히 높은 비율을 보이고 있다. [표-6,7][그림-18,19] 장르별로 살펴보면 캘리그래피는 다양한 장르에서 사용되고 있어 캘리그래피 표현이 하나의 추세임을 알 수 있다. 그 중 호러 장르에서 가장 많이 사용되고 있으며, 코미디는 2004년에 50%에서 2005년에는 22%로 많이 줄었다. 이것은 캘리그래피의 표현보다는 고딕체가 주로 사용되고 있지만 장르의 특성 때문은 아니다. 로맨스의 경우 멜로의 서정성을 나타내는데 있어 가는 선의 명조체의 깔끔한 표현이 주로 보이며, 캘리그래피의 가장 낮은 사용 비율을 보인다.

[표-6] 2004년~2005년도 영화 장르별 캘리그래피의 사용 현황

장르	개봉영화 수	캘리그래피 사용 영화 수	비율
드라마	31	18	58%
로맨스	25	7	28%
코미디	27	11	41%
액션	13	7	54%
미스터리스릴러	11	4	36%
호러	11	9	81%
애니메이션	3	2	67%
합계	121편	58편	48%

영화 타이틀에서 캘리그래피는 호러 장르에서 가장 많이 사용되며, 로맨스에서 사용 비율이 가장 낮음.

[표-7] 연도별 캘리그래피 영화 타이틀 목록

년도	장르	영화명	편수
2004년	드라마	가족, 꽃피는 봄이 오면, 바람의 전설, 사마리아, 아홉 살 인생, 우리형, 인어공주, 클레멘타인, 태극기 휘날리며, 효자동 이발사 (18 편 중 10편)	10(56%)
	로맨스	그녀를 믿지 마세요, 빙우, 흥반장 (10편 중 3편)	3(30%)
	코미디	고독이 몽부림칠 때, 귀신이 산다, 까불지마, 내 사랑 싸가지, 달마야 서울 가자, 마법경찰 갈갈이와 옥동자, 맹부삼천지교, 어 린신부, S다이아리 (18편 중 9편)	9(50%)
	액션	도마 안중근, 돌려차기, 바람의 파이터, 아라한 장풍대작전 (6 편 중 4편)	4(67%)
	미스터리	거미숲 (5편 중 1편)	1(20%)
	호러	분신사바, 쓰리문스터, 알포인트, 인형사, 페이스 (6편 중 1편)	5(17%)
	애니메이션	망치 (2편 중 1편)	1(50%)
합계		65편 중 33편 (51%)	
2005년	드라마	극장전, 댄서의 순정, 말아톤, 사랑해 말순씨, 안녕 형아, 웰컴 투 동막골, 주먹이 운다, 파승승 계란탁 (13편 중 8편)	8(62%)
	로맨스	광식이 동생 광태, 소년 천국에가다, 외출, 형사 (15편 중 4편)	4(27%)
	코미디	마파도, 웅정기2 (9편 중 2편)	2(22%)
	액션	강력3반, 미스터스크라테스, 한길수 (7편 중 3편)	3(43%)
	미스터리	남극일기, 박수칠 때 떠나라, 혈의 누 (6편 중 3편)	3(50%)
	호러	가발, 레드아이, 분홍신, 첼로 (5편 중 4편)	4(80%)
	애니메이션	황후 심청 (1편 중 1편)	1(100%)
합계		56편 중 25편 (45%)	

캘리그래피는 6개의 장르 중 드라마 분야의 타이틀에서 그 사용비중이 높은 것으로 나타남.

[그림-19-1] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2005년)



극장전, 댄서의 순정, 말아톤, 사랑해 말순씨, 안녕 형아, 웰컴 투 동막골, 주먹이 운다, 파송송 계란탁, 광식이 동생광태, 외출, 소년 천국에 가다, 형사, 강력3반, 미스터 소크라테스, 한길수, 가발, 레드아이, 분홍신, 첼로, 왕후 심청, 남극일기, 박수칠 때 떠나라, 혈의 누, 마파도, 몽정기2

[그림-19-2] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2004년)



가족, 꽃피는 봄이 오면, 바람의 전설, 사마리아, 아홉 살 인생, 우리 형, 인어공주 클레멘타인, 태극기 휘날리며, 효자동 이발사, 그녀를 모르면 간첩, 빙우, 흥반장, 고독이 몸부림 칠 때, 귀신이 산다, 까불지마, 내 사랑 싸가지, 달마야 서울가자, 마법경찰 갈갈이와 옥동자, 맹부삼천지교, 어린신부, S다이어리, 도마 안중근, 돌려차기, 바람의 파이터

[그림-19-3] 한국영화 포스터의 캘리그래피 타이틀 (2004년)



아라한장풍대작전, 거미숲, 분신사바, 3몬스터, 알포인트, 인형사, 페이스, 망치

(2) 방송사별 드라마 타이틀의 캘리그래피 사용 현황

TV 드라마 타이틀은 공중과 방송 3사에서 2005년 11월 최근까지 방영중이거나 최근에 종영한 드라마 중 KBS, MBC, SBS 방송사별로 각각 15편씩 총 45편을 선정하여 캘리그래피 사용 현황을 살펴보았다. KBS는 15편 중 9편이 드라마타이틀에서 캘리그래피를 사용하였고, MBC는 11편이, SBS는 10편이 드라마타이틀에서 캘리그래피를 사용하고 있었다. 총 45편의 드라마 중에서 30편이 캘리그래피로 표현되어 그 사용 비율이 67%에 이른다.[표-8][그림-20] 이것은 매우 높은 수치로, 시청자들에게 정보를 전달하는 뉴스와 달리 감성전달을 목적으로 한 드라마이기 때문에 타이틀에서도 캘리그래피의 사용이 두드러짐을 알 수 있다. 캘리그래피가 감성전달에 효과적이며 시청자와의 교감을 이루어 커뮤니케이션하기 위해 사용되고 있다는 것은 위에서 언급한 캘리그래피 타이틀의 사용비율에서 알 수 있다.

[표-8] 2005년 방송사별 캘리그래피 드라마 타이틀 목록

방송국	드라마명	방영일자	편수(비율)
KBS	TV소설 고향역	2005.08.21~	15편 중 9편 (60%)
	대추나무사랑걸렸네(제3기)	2001.03.07~	
	별난여자 별난남자	2005.09.26~	
	부활	2005.06.01~2005.08.18	
	불멸의 이순신	2004.01.04~2005.09.04	
	부부클리닉-사랑과 전쟁	2000.07~	
	웨딩	2005.08.23~.10.25	
	이 죽일 놈의 사랑	2005.10.31~	
	황금사과	2005.11.16~	
MBC	가을소나기	2005.09.21~2005.11.10	15편 중 11편 (73%)
	결혼합시다	2005.10.8~	
	굳세어라 금순아	2005.02.14~2005.09.30	
	김약국의 딸들	2005.01.10~2005.07.30	
	달콤한 스파이	2005.11.07~	
	맨발의 청춘	2005.10.03~	
	변호사들	2005.07.4~2005.08.23	
	신돈	2005.09.04~	
	자매바다	2005.08.01~	
	제5공화국	2005.04.23~2005.09.11	
환생-next	2005.05.06~2005.06.28		
SBS	백만장자와 결혼하기	2005.11.26~	15편 중 10편 (67%)
	사랑은 기적이 필요해	2005.10.05~	
	서동요	2005.09.05~	
	하늘이시여	2005.09.10~	
	해변으로 가요	2005.07.30~2005.09.11	
	사랑한다 웬수야	2005.07.15~2005.09.09	
	돌아온 싱글	2005.06.08~2005.07.21	
	그 여름의 태풍	2005.05.28~2005.09.04	
	패션 70's	2005.05.23~2005.08.29	
여왕의 조건	2005.05.09~2005.10.08		
합계	45편 중 30편 (67%)		

방송3사 모두 타이틀에서 많은 캘리그래피의 사용비율을 보임. MBC에서의 캘리그래피 사용이 타 방송사보다 사용비율이 높음.

[그림-20-1] KBS의 캘리그래피 드라마 타이틀



KBS-고향역, 대추나무사랑 걸렸네, 별난여자 별난남자, 부활, 불멸의 이순신, 웨딩, 이 죽을 놈의 사랑, 황금사과, 사랑과 전쟁

[그림-20-2] MBC의 캘리그래피 드라마 타이틀



MBC-결혼합시다, 달콤한 스파이, 맨발의 청춘, 신돈, 자매바다, 사랑찬가, 군세어라 금순아, 제5공화국, 변호사들, 김약국의 딸들, 환생-next

[그림-20-3] SBS의 캘리그래피 드라마 타이틀



SBS-백만장자와 결혼하기, 사랑은 기적이 필요해, 서동요, 하늘이시여, 해변으로 가요, 사랑한다 웬수야, 돌아온 싱글, 그 여름의 태풍, 패션's, 여왕의 조건

3. 구체적 사례분석

(1) 한국영화 포스터 타이틀의 캘리그래피 표현

영화타이틀 로고는 캘리그래피의 표현 조형성에 의해 분류 특징을 알아보기 위하여 표현 도구별, 표현 색상별로 유형 분류하여 분포율을 알아보고, 형태별로는 영화 장르별로 표현 도구와 색상별로 좀 더 구체적으로 접근해 보았다. 단, 레이아웃에 따른 캘리그래피의 분류는 제외하였다.

① 표현 도구별 분류 및 분석

도구별 유형분류는 크게 동양의 대표 표현도구인 붓과 서양의 대표 표현도

구인 펜 그리고 디지털시대에 등장한 새롭고 편리한 도구인 컴퓨터와 기타 도구로 분류하였다. 현재 사용된 우리나라 영화 포스터 타이틀의 캘리그래피는 대부분 붓에 의한 표현이 전체 58편중 34편을 차지하며 58%의 비율을 보이고, 펜과 컴퓨터 그리고 기타 도구의 표현은 31%를 차지한다. 펜의 경우 58편 중 5편에 불과하여 거의 사용되지 않고 있다. 컴퓨터와 기타 도구의 경우 컴퓨터의 사용은 캘리그래피를 표현하는데 있어 전적으로 새로운 표현시도라기보다 글자의 음영을 넣는다든지, 기존 글자의 형을 변형시키거나, 입체적인 표현을 위한 보조적인 도구의 역할로 쓰이고 있다. 단, 단순한 음영을 넣은 표현의 경우 컴퓨터의 표현 분류에서 제외시켰다.

기타도구에 대한 구체적 분류는 하지 않았고, 컴퓨터와 기타 도구에 포함시켜 분류하였다. 기타도구로는 크레용이나 관화 등이 사용되고 있다. 그 활용 또한 미비하다. 위의 결과처럼 한국영화 타이틀의 캘리그래피 표현은 붓에 대한 의존도가 매우 높다. 펜보다 붓이 풍부한 감정표현에 용이하다고는 하지만 스토리에 맞는 감성을 지닌 도구가 반드시 붓은 아니다. 붓 이외의 다양한 도구를 통해서도 다양한 감정을 표현할 수 있다. 캘리그래피란 차별화된 감성적 표현이 가능한 개성있고, 독특한 표현의 글자이다. 하지만 현재 붓에 의한 획일화된 캘리그래피의 표현은 그러한 장점을 살리지 못하고, 무개성의 정형화된 표현 양상을 보인다. 따라서 다양한 감정표현을 시각화하기 위해 다양한 도구의 활용을 통해 다양하고 독특한 실험적 표현과 함께 디지털 시대의 특성을 살린 기존의 표현과 차별화된 새로움이 요구된다.

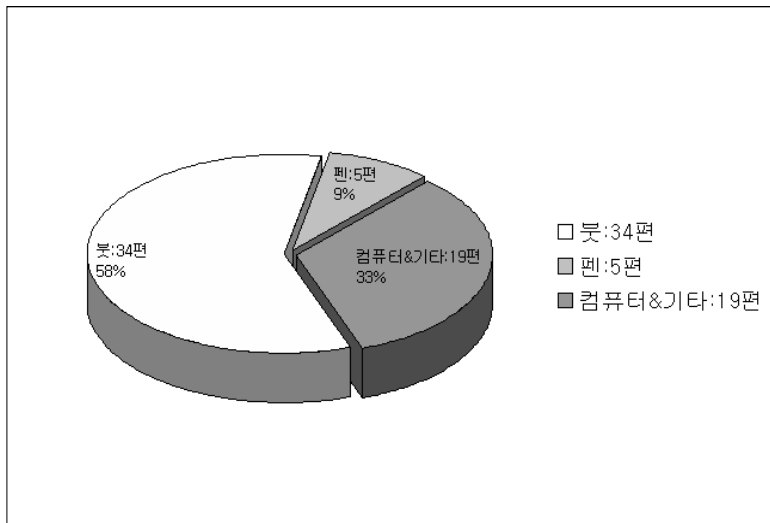
[표-9] 도구별 캘리그래피 영화 타이틀 목록

	붓	펜	컴퓨터 & 기타
영화명 (2004년)	가족, 꽃피는봄이오면, 바람의전설, 우리형, 인어공주, 태극기휘날리며, 효자동이발사, 빙우, 까불지마, 내사랑싸가지, 달마야 서울가자, 맹부삼천지교, 바람의파이터, 아라한장풍대작전, 거미숲, 분신사바, 알포인트, 인형사, 페이스	사마리아, 홍반장,마법경찰 갈갈이와옥동자, S다이어리	쓰리몬스터, 클레멘타인, 아홉살인생, 그녀를모르면간첩, 어린신부, 고독이몸부림칠때, 귀신이산다, 도마안중근, 돌려차기, 망치
33편(100%)	19편(58%)	4편(12%)	10편(30%)
영화명 (2005년)	극장전, 맨서의순정, 사랑해말순씨, 웰컴투동막골, 주먹이운다, 파송송계란탁, 외출, 형사, 마파도, 강력3반, 한길수, 남극일기, 박수칠때떠나라, 혈의누, 레드아이	안녕형아	말아톤, 소년천국에가다, 광심이동생광태, 몽정기2 미스터소크라테스, 가발, 분홍신, 첼로, 왕후심청
26편(100%)	15편(60%)	1편(4%)	9편(36%)

2004년부터 2005년까지 표현도구에 따라 캘리그래피를 살펴보았을때 붓에의한 표현이 가장 많다.

[표-10] 영화 타이틀에서 도구별 캘리그래피

	붓	펜	컴퓨터 & 기타
개봉영화수 (58편)	34	5	19
비율 (100%)	58%	9%	33%



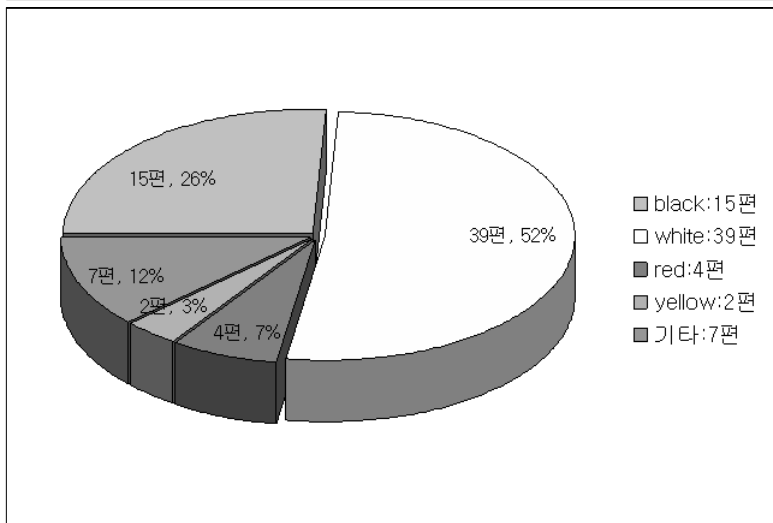
② 표현 색상별 분류 및 분석

색상별로 검정색(black), 흰색(white), 붉은색(red), 노란색(yellow) 그리고 기타 색으로 분류하였다. 현재 사용된 한국영화 포스터 타이틀의 캘리그래피는 분류한 결과 대부분 흰색에 의한 표현이 전체 58편중 30편을 차지하며 52%의 높은 비율을 이루고 있고, 검은색이 그 뒤를 이루어 26%를 차지하며, 붉은색은 7%, 노란색은 3%, 기타 12%로 흑백의 사용비율은 전체의 78%로 대부분을 차지하며 나머지는 비슷한 수치를 보이고 있다. 결과에서 보듯 한국영화 타이틀의 캘리그래피 색상의 표현은 대부분 흑백의 표현이

주로 사용되고 있다. 이것은 포스터 디자인 자체가 어두운 사진을 사용한 어두운 바탕표현 또는 밝은 바탕에 사진 등의 이미지를 사용한 표현이 대부분이기 때문에 흰색과 검정색의 색상이 지닌 연상이미지를 포스터 타이틀에 적용한 감성표현이라기 보다는 단지 흑백화면에서 잘 보이게 하기위한 가독성만을 고려한 사용이라 할 수 있다. 따라서 한국영화 포스터 타이틀의 캘리그래피 색상활용은 다양한 디자인의 포스터와 함께 감성과 디자인이 효과적으로 결합된 의미있는 다양한 색상의 활용이 요구된다.

[표-11] 영화 타이틀에서 색상별 캘리그래피

	black	white	red	yellow	기타
개봉영화수 (58편)	15	30	4	2	7
비율 (100%)	26%	52%	7%	3%	12%



[표-12] 색상별 캘리그래피 영화 타이틀 목록

색상	영화명 (2005년)	영화명 (2004년)
black	극장전, 댄서의순정, 웰컴투동막골, 파송송계란탁, 광식이동생광태, 마파도 6편(23%)	꽃피는봄이오면, 바람의전설, 사마리아, 아홉살 인생, 빙우, 까불지마, 내사랑싸가지, 맹부삼천지교, 어린신부 9편(약29%)
white	말아톤, 사랑해말순씨, 안녕형아, 주먹이운다, 외출, 형사, 강력3반, 한길수, 박수칠때떠나라, 혈의누, 가발, 켈로 12편(46%)	우리형, 인어공주, 클레멘타인, 태극기휘날리며, 효자동이발사, 흥반장, 고독이몸부림칠때, 귀신이산다, 도마안중근, 돌려차기, 바람의파이터, 아라한장풍대작전, 거미숲, 분신사바, 쓰리몬스터, 알포인트, 인형사, 페이스 18편(약54%)
red	레드아이, 남극일기 2편(8%)	달마야서울가자, S다이어리 2편(약6%)
yellow	왕후심청 1편(4%)	가족 1편(3%)
기타	소년천국에가다, 몽정기, 분홍신, 미스터소크라테스 4편(19%)	그녀를모르면간첩, 망치, 마법경찰갈갈이와옥동자 3편(9%)
합계	25편(100%)	33편(100%)

흰색의 사용비중이 가장 높았는데, 이것은 사진이미지를 많이 사용한 디자인이 많으므로 글자의 가독성을 높이기 위한 글자색의 선택요인 때문으로 판단된다.

③ 표현 형태별 분류 및 분석

영화 타이틀은 앞에서 언급한 것처럼 제목을 단순히 고지하는 기능에서 나아가 스토리와 의미하는바 그리고 그것에 포함된 이미지를 함축적으로 전달하는 표현방법으로 대중과의 효과적인 커뮤니케이션하기 위해 디자인되어야 한다. 따라서 영화타이틀을 비슷한 형태에 따라 분류하였고, 캘리그래피가 영화 주제에 부합하는지 알아보고자 분류된 형태를 장르별로 표현도구와 색

상에 대해서도 알아보았다.

캘리그래피의 형태는 서예형 캘리그래피, 손 멋 글씨형 캘리그래피, 기존 서체에서 변형된 캘리그래피, 유희적 형태의 캘리그래피의 기본 네 가지로 분류한 후[표-13~16],[그림-21~29] 서예형 캘리그래피 (역동적이고 강한 형, 친근하고 감성적인 형)와 손 멋 글씨형 캘리그래피 (역동적이고 강한 형, 친근하고 감성적인 형), 기존 서체에서 변형된 캘리그래피 (명조체형, 고딕체형), 유희적 형태의 캘리그래피 (형태의 변형, 기타)로 구체적으로 세분화하여 분류했다. 단, 다소 중복되는 표현의 캘리그래피는 보다 강한 형태로 분류하여 중복을 피했다. 그리고 한글의 형태에 있어 돌기(serif)의 유무와 가로줄기, 세로줄기의 형태 변화 등으로 나누어 캘리그래피를 다시 한번 분류했다.

돌기(serif)의 있고 없음으로 분류해 보았을 때 대부분 서예형 캘리그래피와 손 멋 글씨 등에서는 돌기가 사용되지 않았고, 명조체형 서체에서만 11편(19%)가 사용되고 있어서 돋보이기 위한 타이틀에서의 serif체는 거의 사용하지 않고 있음을 알 수 있다. 세로줄기의 형태변화는 길이의 변화를 중점으로 조사했는데, 9편(16%)로 사용되어 그 사용 비율이 낮으나 그 사용에 있어서는 서예형 캘리그래피에서 주로 나타나며, ‘고독이 몸부림칠 때’에서 보이는 세로줄기의 구불거리는 왜곡된 형태를 제외한 길이를 길게 늘어트린 형태가 주로 보인다. ‘고독이 몸부림칠 때’와 ‘클레멘타인’처럼 글자의 가운데 시선을 유도하여 강조된 형태의 변화를 보인다. 형태에 있어 세로줄기를 강조한 형태는 가로줄기보다 적은 6편(10%)의 비율을 보이며, 대부분 가로줄기 하나를 길게 늘어뜨림으로 글자를 강조하는 형태를 보이고 있다.

영화포스터 타이틀에서 서예형 캘리그래피가 44%로 가장 많은 수를 차지하며, 기존서체에서 변형된 캘리그래피가 33%의 그 뒤를 따른다. 손 몇 글씨와 유희적 캘리그래피는 각각 9%, 14%로 비슷한 낮은 수치를 보인다.

장르별로 살펴보았을 때, 서예형 캘리그래피는 드라마에서 50%로 가장 많이 쓰였으며, 나머지는 비슷한 수치를 보인다. 서예형 캘리그래피의 경우 그 주된 표현도구가 붓이며, 흑백의 색을 주로 사용하고 있다. 서예형 캘리그래피 표현의 뒤를 이어 두 번째로 많이 사용된 형태가 기존 서체에서 변형된 캘리그래피 표현 형태이다. 이것은 기존의 폰트를 이용하여 컴퓨터 그래픽 작업을 통해 보다 손쉬운 새로운 이미지 만드는데 용이하기 때문에 많이 사용되어진 것이라고 본다.

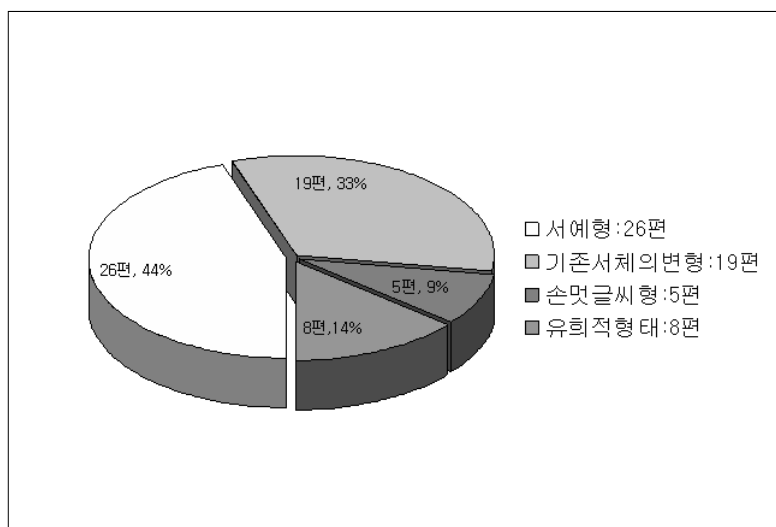
호러 장르를 살펴보면, 기존의 명조체에 피를 흘리는 형상이나 날카로운 선 등의 이미지 합성을 통한 변형을 통해서 나타나기도 하는데, 이것은 호러 장르의 특성을 표현한 것이라 할 수 있다. 고딕체형 캘리그래피의 사용도구 또한 붓인데, 여기서 붓은 위의 서예형 캘리그래피의 도구와는 다른 서양의 납작붓 형태이다.

손 몇 글씨 캘리그래피의 그 표현도구는 주로 펜이며, 무겁지 않고 자연스러운 친숙한 이미지를 표현하고 있으나 그 사용은 미비하다. 유희적 캘리그래피의 경우 문자와 이미지를 합성하거나 왜곡 등의 변형을 통해 시각적으로 강조와 변화 그리고 재미를 주기도 하고, 어린아이가 쓴 것 같은 표현을 통해 새로운 시각적 재미를 준다. 도구의 사용 또한 다른 형태들보다 다양한 편이다. 그러나 아래의 분석결과처럼 우리나라 영화 포스터의 타이틀은 동양의 붓과 먹에 의한 서예형 캘리그래피 형태가 주를 이룬다. 강한 역동

적 이미지와 친근하고 자연스러운 형태로 분류해 보았을 때 그 형태는 매우 비슷비슷하여 개성이 없다. 영화의 장르와 내용이 다르듯 타이틀 로고타입 또한 그에 맞게 디자인되어야 함에도 불구하고 획일화 있어 그 형에 있어 좀 더 새롭고 차별화된 형태의 표현과 함께 다양한 색과 도구의 활용이 요구된다.

[표-13] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피

	서예형	손 멋 글씨형	서체의 변형	유희적 형태
개봉영화수 (58편)	26	5	19	8
비율 (100%)	44%	9%	33%	14%



[표-14-1] 영화 타이틀에서 장르에 따른 형태별 캘리그래피

		드라마	로맨스	코미디	액션	미스터리	호러	애니
서예형	강한,역동	9	3	·	2	1	1	·
	친근,감성적	4	·	3	1	·	1	1
합계	26편(100%)	13(50%)	3편(11%)	3(11%)	3(11%)	1(4%)	2(8%)	1(4%)
손 멋 글씨형	강한,역동	1	·	·	·	·	1	·
	친근,감성적	·	1	2	·	·	·	·
합계	5편(100%)	1(20%)	1(20%)	2편(40%)	·	·	1(20%)	·
서체의 변형	명조체계열	·	1	1	1	2	6	·
	고딕체계열	2	1	2	2	1	·	·
합계	19편(100%)	2(10%)	2(10%)	3(16%)	3(16%)	3(16%)	6(32%)	
유희적 형태	형태변형	·	1	2	1	·	·	·
	기타	2	·	1	·	·	·	1
합계	8편(100%)	2(25%)	1(12%)	3(39%)	1(12%)	·	·	1(12%)

한국 영화 타이틀 중 드라마 장르에서 캘리그래피가 가장 많이 사용되었다.

[표-14-2] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피 표현 도구

		붓	펜	컴퓨터 & 기타
서예형	강한,역동	16	·	·
	친근,감성적	9	·	1
합계	26편(100%)	25(96%)	·	1(4%)
손 멋 글씨형	강한,역동	·	1	1
	친근,감성적	·	3	·
합계	5편(100%)	·	4(80%)	1(20%)
서체의 변형	명조체계열	3	·	8
	고딕체계열	4	·	4
합계	19편(100%)	7(37%)	·	12(63%)
유희적 형태	형태변형	1	·	3
	기타	·	1	3
합계	8편(100%)	1(12%)	1(12%)	6(76%)

서예형 캘리그래피의 표현도구는 대부분 붓이다. 손 멋 글씨형 캘리그래피의 표현도구는 대부분 펜에 의해 표현되고 있으며, 형태 변형에 의한 유희적 형태의 캘리그래피는 대부분 컴퓨터로 표현되고 있다.

[표-14-3] 영화 타이틀에서 형태별 캘리그래피 표현 색상

		black	white	red	yellow	기타
서예형	강한,역동	4	11	·	1	·
	친근,감성적	5	2	2	1	·
합계	26편(100%)	9(34%)	13(50%)	2(8%)	2(8%)	·
손 멋 글씨형	강한,역동	1	1	·	·	·
	친근,감성적	·	1	1	·	1
합계	5편(100%)	1(20%)	2(40%)	1(20%)	·	1(20%)
서체의 변형	명조체계열	·	9	1	·	1
	고딕체계열	4	3	·	·	1
합계	19편(100%)	4(21%)	12(64%)	1(5%)	·	2(10%)
유희적 형태	형태변형	1	2	·	·	1
	기타	·	2	·	·	2
합계	8편(100%)	1(12%)	4(50%)	·	·	3(38%)

서예형 캘리그래피의 뿐 아니라 대부분 다른 형태에서도 흑, 백이 전체사용색의 50%를 차지함. 서예형 캘리그래피의 경우 다른 형태보다 검은색 사용이 높는데 서예고유의 먹색을 활용한 것으로 보임.

[표-14-4] 영화 타이틀에서 형태강조에 따른 캘리그래피

	돌기(serif)의 유	영화명
개봉영화 (58편)	11편(19%)	거미숲, 페이스, 귀신이산다, 도마안중근, 소년천국에가다, 가발, 분홍신, 남극일기, 알포인트, 첼로, 분신사바
	세로줄기의 왜곡	영화명
개봉영화 (58편)	11편(19%)	한길수, 바람의전설, 바람의파이터, 외출, 가족, 형사, 혈의 누, 사마리아, 분신사바, 고독이몸부림칠때, 클레멘타인
	가로줄기의 왜곡	영화명
개봉영화 (58편)	6편(10%)	인형사, 주먹이운다, 첼로, 달마야학교가자, 아라한 장풍대작전, 돌려차기,

[표-15] 캘리그래피 형태별 한국 영화 타이틀 목록

형태분류		영화명	편수	
서예형 (26편)	강한, 역동적	극장전, 우리형, 한길수, 효자동이발사, 인어공주, 인형사, 빙우, 바람의전설, 주먹이운다, 태극기휘날리며, 바람의 파이터, 댄서의순정, 외출, 가족, 형사, 혈의누	16	26 (44%)
	친근, 감성적	웰컴투동막골, 사랑해말순씨, 맹부삼천지교, 파송송계란탁, 꽃피는봄이오면, 레드아이, 달마야서울가자, 아라한 장풍대작전, 까불지마, 왕후심정	10	
손 멋 글씨형 (5편)	강한, 역동적	사마리아, 쓰리몬스터	2	5 (9%)
	친근, 감성적	S다이어리, 마법경찰갈갈이와옥동자, 흥반장	3	
서체의 변형 (19편)	영조체 계열	거미숲, 페이스, 귀신이산다, 도마안중근, 소년천국에가다, 가발, 분홍신, 남극일기, 알포인트, 첼로, 분신사바	11	19 (33%)
	고딕체 계열	미스터소크라테스, 강력3반, 내사랑싸가지, 아홉살인생, 어린신부, 말아톤, 광식이동생광대, 박수칠때떠나라	8	
유희적 형 (8편)	형태변형	고독이몸부림칠때, 그녀를모르면간첩, 돌려차기, 마파도	4	8 (14%)
	기타	몽정기2, 안녕형아, 망치, 클레멘타인	4	
합계		58편(100%)		

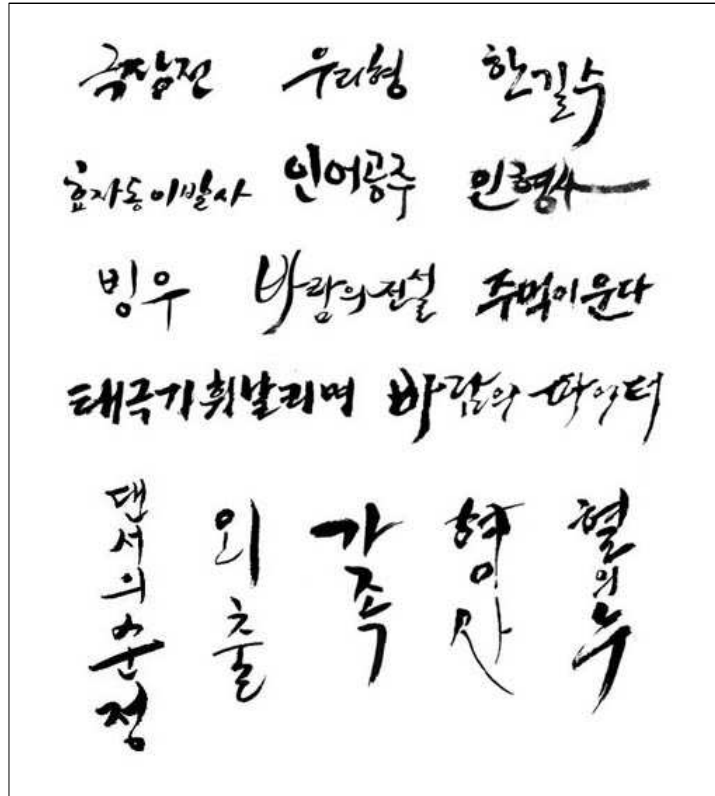
형태별 캘리그래피를 살펴보았을 때 서예형 캘리그래피가 가장 높은 비율을 보이며, 그 중 강하고 역동적인 형이 더 많이 사용되고 있다.

[표-16] 장르에 따른 형태별 캘리그래피 영화 타이틀 목록

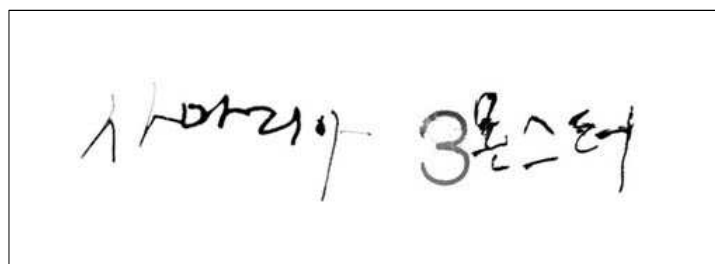
형태분류		영화장르	영화명	편수
서예형	강한, 역동적	드라마	가족, 바람의전설, 우리형, 인어공주, 태극기휘날리며, 효자동이발사, 극장전, 댄서의순정, 주먹이운다	9
		로맨스	빙우, 외출, 형사	3
		액션	바람의파이터, 한길수	2
		미스터리	혈의누	1
		호러	인형사	1
	친근, 감성적	드라마	꽃피는봄이오면, 사랑해말순씨, 웰컴투동막골, 파송송계란탁,	4
		코미디	까불지마, 달마야서울가자, 맹부삼천지교,	3
		액션	아라한장풍대작전,	1
		호러	레드아이	1
		애니메이션	왕후심청	1
손 및 글씨형	강한, 역동적	드라마	사마리아	1
		호러	3몬스터	1
	친근, 감성적	로맨스	홍반장	1
		코미디	S다이아리, 마법경찰갈갈이와옥동자	2
기존 서체의 변형	명조체 계열	로맨스	소년천국에가다,	1
		코미디	귀신이산다,	1
		액션	도마안중근	1
		미스터리	거미숲, 남극일기	2
		호러	가발, 분홍신, 알포인트, 분신사바, 첼로, 페이스	6
	고딕체 변형	드라마	말아톤, 아홉살인생	2
		로맨스	광식이동생광태	1
		코미디	내사랑싸가지, 어린신부	2
		액션	미스터소크라테스, 강력3반	2
		미스터리	박수칠때떠나라	1
유희적 형태	형태 변형	로맨스	그녀를모르면간첩	1
		코미디	고독이몸부림칠때, 마파도	2
		액션	돌려차기	1
	기타	드라마	안녕형아, 클레멘타인	2
		코미디	몽정기2,	1
		애니메이션	망치,	1
합계		58편		

서예형 캘리그래피의 경우 드라마 장르에서 많이 사용되며, 명조체에서 변형된 캘리그래피의 경우 호러 장르에서 많이 쓰인다.

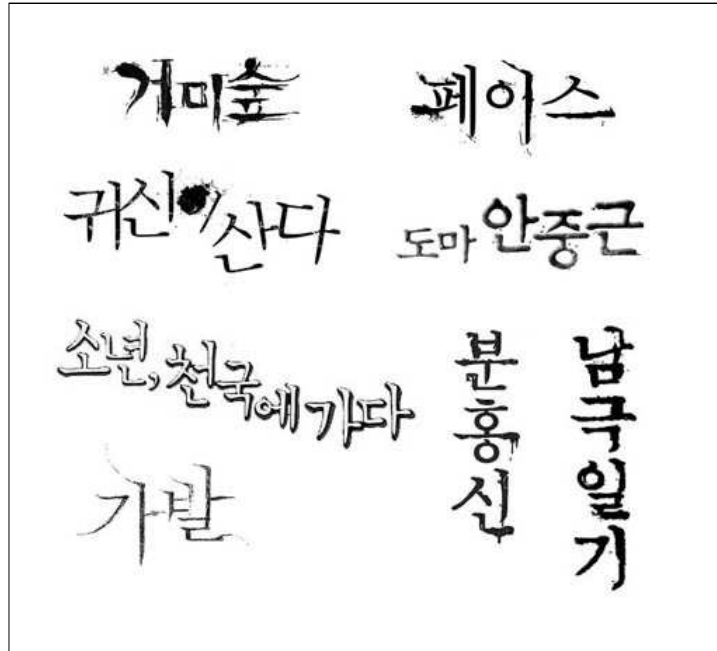
[그림-21] 서예형 캘리그래피-강하고 역동적인 형



[그림-22] 손 멋 글씨형 캘리그래피-강하고 역동적인 형



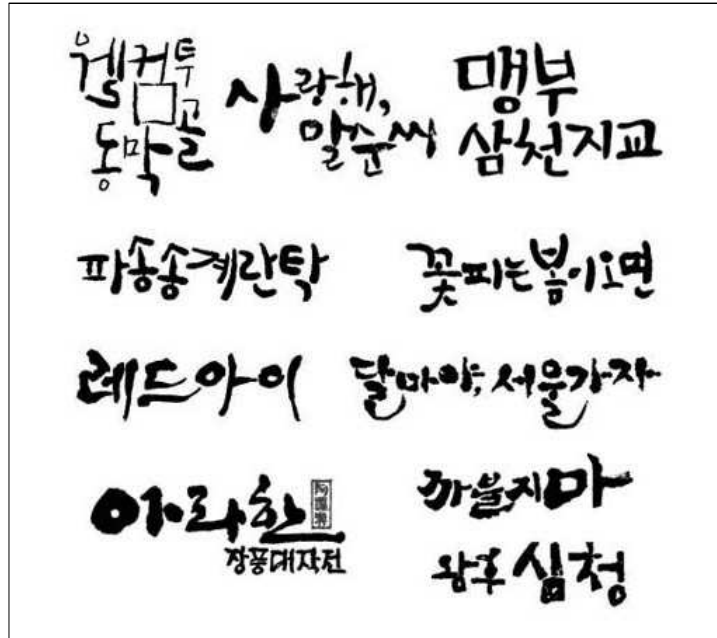
[그림-23] 서체변형 캘리그래피-명조체형 A



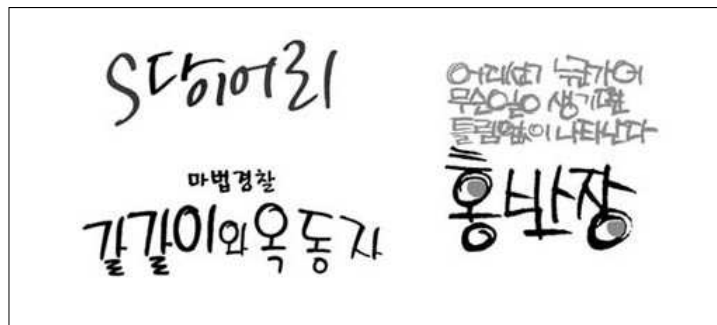
[그림-24] 서체변형 캘리그래피-명조체형 B



[그림-25] 서예형 캘리그래피-친근하고 감성적인 형



[그림-26] 손 멋 글씨형 캘리그래피-친근하고 감성적인 형



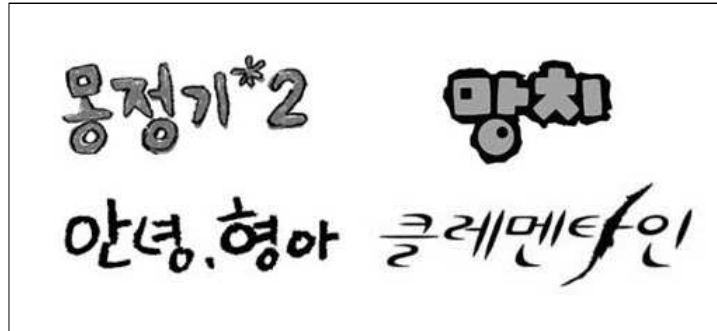
[그림-27] 서체변형 캘리그래피 -고딕체형



[그림-28] 유희적인 캘리그래피-형태의 변형



[그림-29] 유희적인 캘리그래피-기타



(2) TV 드라마 타이틀의 캘리그래피 표현

앞의 영화 포스터 타이틀과 마찬가지로 TV 드라마 타이틀 또한 도구별, 색상별, 형태별로 분류하여 공중과 방송3사별로 유형을 분석하였다. 단, 움직이는 영상매체의 효과인 무빙타이포그래피에 관해서는 분류 범주에서 제외시켰다. TV 드라마 타이틀은 공중과 방송 3사에서 2005년 11월 최근까지 방영중이거나 최근에 종영한 드라마 중 KBS, MBC, SBS 방송사별로 각각 15편씩 총 45편의 드라마 중에서 캘리그래피 타이틀 드라마 30편을 선정하였다. 그 중 어린이 및 청소년 대상 드라마와 특집극과 외화시리즈, 단막극은 선정대상에서 제외시켰다.

① 표현 도구별 분류 및 분석

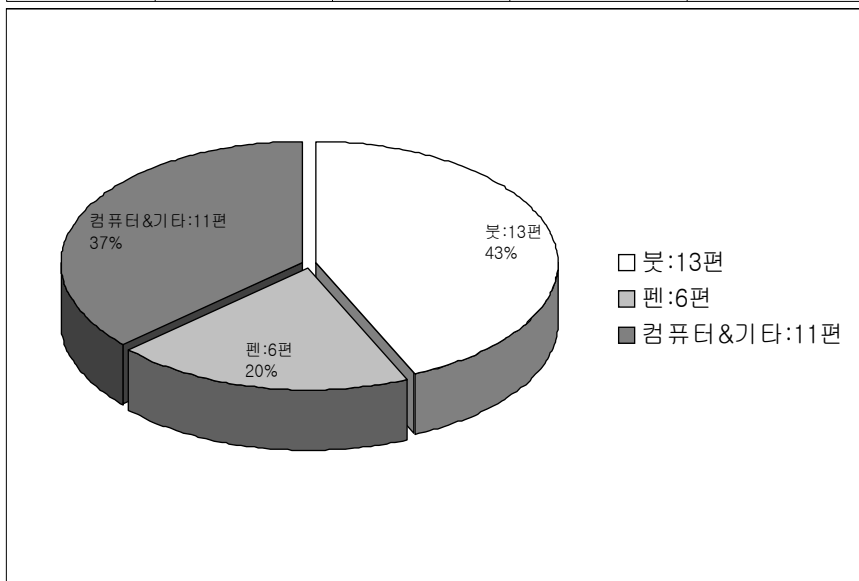
도구별 유형 분류는 앞의 한국 영화 포스터 타이틀과 마찬가지로 붓, 펜, 컴퓨터와 기타 도구로 분류하였다.

방송3사의 평균 도구별 캘리그래피 사용비율은 붓이 43%로 가장 높게나오고 그 뒤를 37%인 컴퓨터, 펜은 20%를 보이며 그 사용 비율에 있어 비슷한 수치를 보였다. 방송사별로 살펴보았을 때 KBS는 붓의 사용은 56%로 다소 높은 이용수치를 보였고, MBC도 46%로 그 사용비율이 비슷하나 SBS의 경우만 컴퓨터를 이용한 표현이 약간 더 높게나왔다. KBS의 경우 펜의 사용은 거의 없었다. MBC의 경우도 KBS와 비슷한 양상의 도구의 사용을 보인다. SBS는 도구의 사용이 고른 양상을 보이며, 이것은 짧은 느낌의 드라마를 많이 제작하는 방송사의 특징으로 그 도구의 사용에 있어서도 붓처럼 강하거나 역동적인 느낌보다는 펜이나 컴퓨터의 사용으로 가볍고 발랄한 느낌의 타이틀 디자인이 주로 보인다.

앞에서 분석한 포스터와는 달리 컴퓨터라는 도구의 사용이 많은 것이 특징으로 나타났다. 이것은 방송매체의 특성상 컴퓨터 활용이 용이하기 때문이며, 인쇄매체와는 달리 시청자들은 화면을 통해 보기 때문에, 인쇄매체에서 보이는 붓의 미세한 질감의 차이 등을 표현하는데 있어 아직 기술상의 한계가 있기 때문이다. 하지만 앞으로 컴퓨터와 각종 테크놀로지의 발전으로 인쇄매체에서 느껴지는 세밀한 표현 및 감성전달 측면과 화면으로 보여지는 표현의 차이는 점차 좁혀지고 극복될 것이며, HD 고화질 TV시대에는 캘리그래피의 미세한 표현까지 가능해질 것이다.

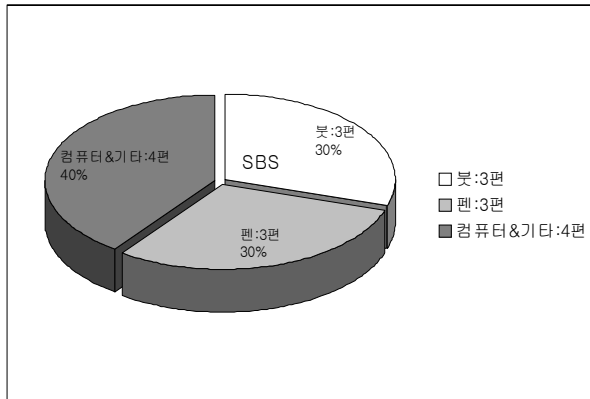
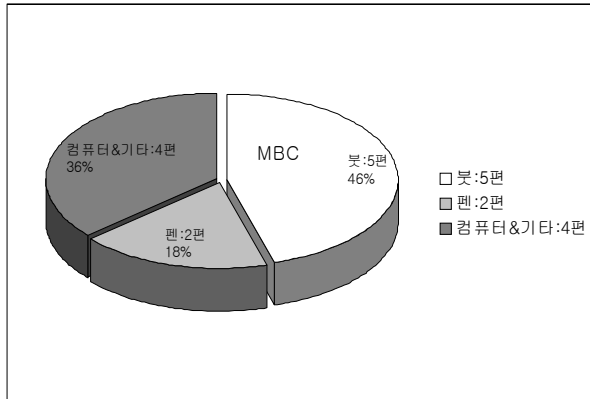
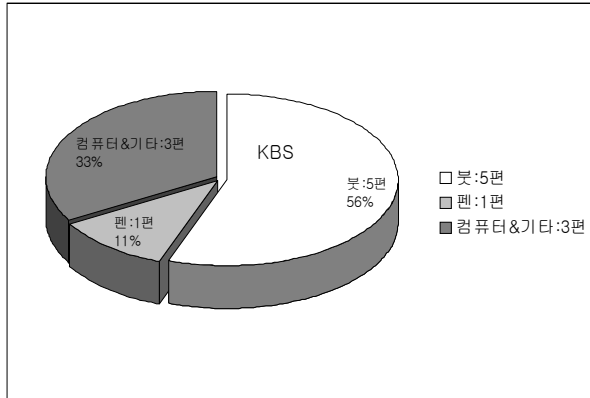
[표-17-1] 드라마 타이틀에서 도구별 캘리그래피

	붓	펜	컴퓨터 & 기타	합계
KBS	5(56%)	1(11%)	3(33%)	9(100%)
MBC	5(46%)	2(18%)	4(36%)	11(100%)
SBS	3(30%)	3(30%)	4(40%)	10(100%)
합계	13(43%)	6(20%)	11(37%)	30(100%)



방송3사의 평균 도구의 표현에 있어 비교적 고른 분포를 보이나 KBS와 MBC는 붓의 사용이 50%정도로 높게 나타나며, SBS만 컴퓨터표현이 더 높게 나왔다.

[표-17-2] 방송3사 별 드라마 타이틀에서 도구별 캘리그라피



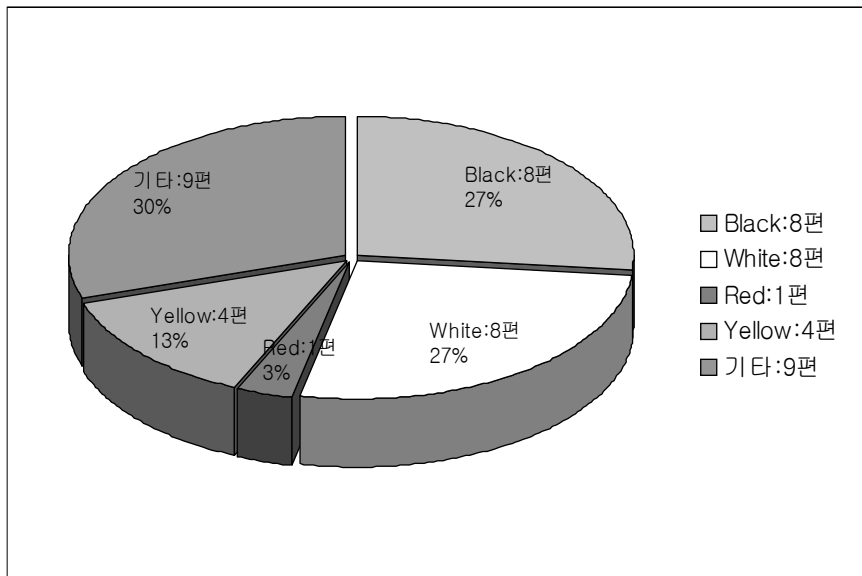
② 표현 색상별 분류 및 분석

색상별 유형분류는 앞의 한국 영화 포스터 타이틀에서와 마찬가지로 검정색(black), 흰색(white), 붉은색(red), 노란색(yellow) 그리고 기타 색으로 분류하였다.

앞의 영화 포스터 타이틀의 분석결과와 달리 흰색과 검은색이 여전히 많이 사용되고 있기는 하지만, 인쇄매체인 포스터에서와는 다른 다양한 색깔의 시도가 엿보인다. 검은색과 흰색과 기타 색이 비슷한 비율을 보이며, 붉은색의 1편(3%)으로 거의 사용되지 않았다. 또한 영상매체의 특징인 애니메이션 효과로 인해 좀더 화려한 색으로 바뀌기도 하는 등 색상표현에 있어 다양함을 시도하고 있다. 이러한 다양한 색상의 시도는 포스터라는 인쇄매체에서 보여주는 캘리그래피의 세밀하고 정교한 붓의 질감에서 오는 형태적인 특징을 충분히 살리지 못한데서 기인한 것으로 보인다. 따라서 영상매체의 특징을 살려서 움직임에서의 다양한 색의 변화(effect)와 함께 캘리그래피의 효과적인 감성전달과 시청자와의 교감하기위한 표현방법으로 좀더 다양하고 의미있는 색과 사용이 요구된다.

[표-18] 드라마 타이틀에서 색상별 캘리그래피

방송사	black	white	red	yellow	기타	합계
KBS	3(34%)	2(22%)	·	2(22%)	2(22%)	9(100%)
MBC	3(28%)	2(18%)	1(9%)	1(9%)	4(36%)	11(100%)
SBS	2(20%)	4(40%)	·	1(10%)	3(30%)	10(100%)
합계	8(27%)	8(27%)	1(3%)	4(12%)	9(30%)	30(100%)



드라마타이틀에서의 캘리그래피 색상표현은 영화포스터타이틀에서와 달리 다양하고 높은 색상비율을 보임.

③ 표현 형태별 분류 및 분석

표현 형태는 서예형 캘리그래피, 손 멋 글씨형 캘리그래피, 기존 서체에서 변형된 캘리그래피, 유희적 형태와 기타의 네 가지 유형으로 분류하였다.

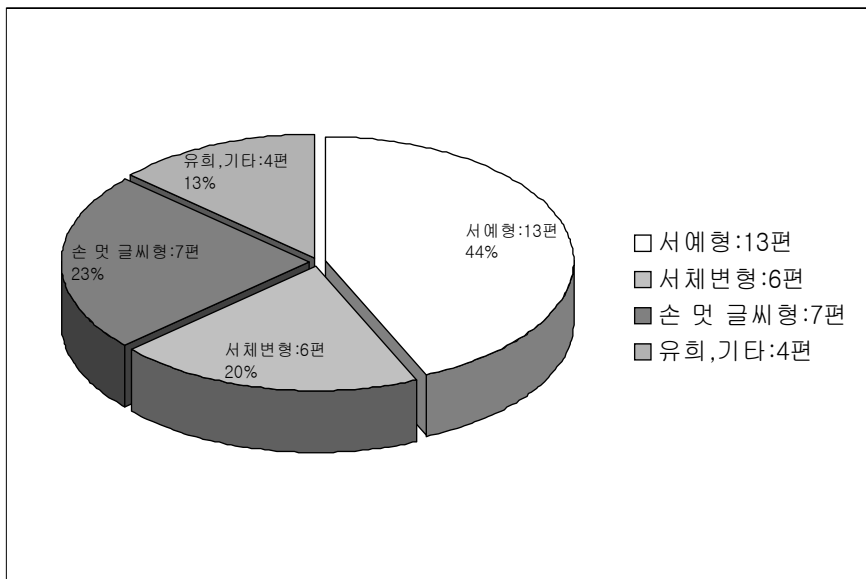
그리고 3D의 표현 유무와 그래픽이미지를 통해 문자와 이미지의 혼합 유무를 분류했다. 그러나 형태에 있어 앞의 포스터에서처럼 세밀한 분류형태가 보이지 않으므로 포스터와 같은 구체적인 형태 분류는 하지 않았다.

드라마 타이틀에서도 역시 서예형 캘리그래피 형태가 가장 44%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 대부분 비슷하고 정형화 된 형태를 보이고 있다. KBS와 MBC에서 서예형 캘리그래피가 가장 많은 비율로 사용되고 있으며 SBS는 좀 더 고른 분포의 캘리그래피를 사용하고 있다.

영화포스터 타이틀에서의 캘리그래피에서와 달리 ‘황금사과’와 ‘백만장자와 결혼하기’처럼 컴퓨터그래픽을 이용한 그래픽이미지를 캘리그래피와 함께 사용한 점이 특이하다. 유희적 형태의 한 요소로 그래픽이미지와 캘리그래피 글자와 혼합된 형태를 보인다. 3D표현의 경우 MBC에서 많이 활용되고 있지만 그 형태에 있어서 돌출에 의한 단순한 양각(emboss)형태에 불과하다. 형태에 있어 영화 포스터에서와 달리 서예형 캘리그래피의 표현은 정밀하고 세밀한 붓 터치 표현이 제대로 이루어지지 않았고, 그 느낌만을 살린 경우가 많았는데, 이것은 특징으로 TV화면상에서 인쇄매체에서 보이는 붓의 미세한 질감의 차이 등 그 형태 표현하는데 있어 아직 기술상의 한계가 있기 때문이다. 이러한 캘리그래피의 형태표현의 한계를 보완하기 위해 그래픽이미지를 글자와 함께 결합된 형태와 3D형태의 캘리그래피가 나타나고 있는 것으로 보인다.

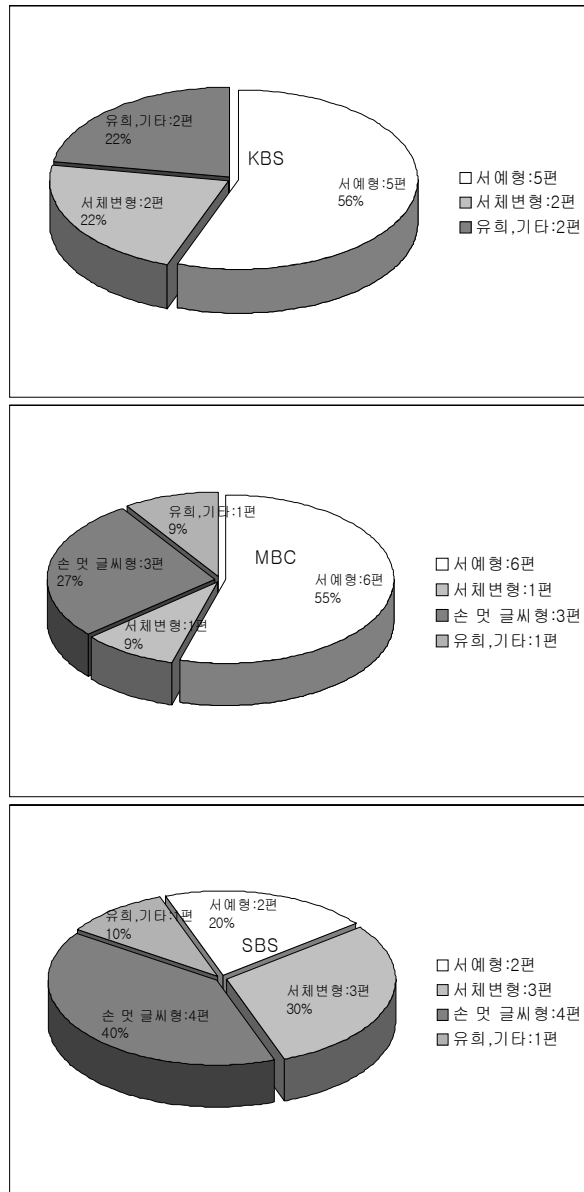
[표-19-1] 드라마 타이틀에서 형태별 캘리그래피

	서예형	손 멋 형	서체의 변형	유희, 기타	합계
KBS	5(56%)	.	2(22%)	2(22%)	9(100%)
MBC	6(55%)	3(27%)	1(9%)	1(9%)	11(100%)
SBS	2(20%)	4(40%)	3(30%)	1(10%)	10(100%)
비율	13(44%)	7(23%)	6(20%)	4(13%)	30(100%)



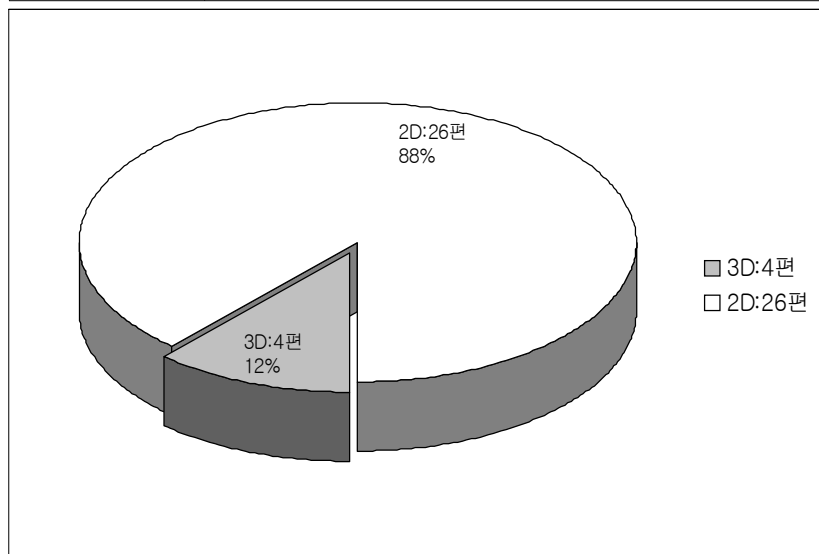
형태별 방송3사 평균은 서예형 캘리그래피의 사용비율이 44%로 가장 높았으며, SBS의 경우 손 멋 글씨형 캘리그래피 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

[표-19-2] 방송3사 별 드라마 타이틀의 색상에 따른 캘리그래피



[표-20-1] 드라마 타이틀에서 3D표현에 따른 캘리그래피

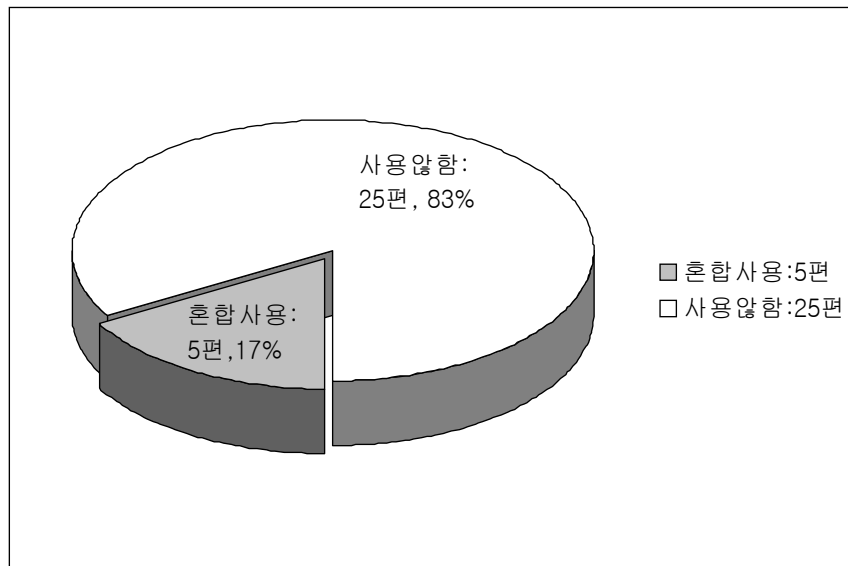
방송사	KBS(9편)	MBC(11편)	SBS(10편)
3D표현	별난여자별난남자	결혼합시다, 신돈, 굳세어라 금순아,	.
	1(11%)	3(27%)	.
합계(30편)	4(12%)		



유희적 형태의 한 요소로 3D표현을 분류했을 때 MBC에서 가장 많은 활용을 보임.

[표-20-2] 드라마 타이틀에서 그래픽이미지 혼합표현에 따른 캘리그래피

방송사	KBS(9편)	MBC(11편)	SBS(10편)
그래픽 이미지 혼합 (이미지)	별난여자별난남자 (별) 불멸의이순신 (불) 황금사과 (사과)	달콤한스파이 (과녁)	백반장자와 결혼하기(성)
	3(33%)	1(9%)	1(10%)
합계(30편)	5(17%)		



유희적 캘리그래피 글자와 그래픽이미지가 혼합된 형태는 KBS에서 가장 많이 활용됨.

[표-21] 방송3사별 도구, 색, 형에 따른 드라마 타이틀 목록

방송국	드라마명	도구	색상	형태	편수(비율)
KBS	TV소설 고향역	붓	검정색	강한,서예	15편 중 9편 (60%)
	대추나무사랑걸렸네(제3기)	붓	노란색	친근,서예	
	별난여자 별난남자	컴퓨터&기타	기타	유희적	
	부활	컴퓨터&기타	흰색	서체변형	
	불멸의 이순신	붓	흰색	강한,서예	
	부부 클리닉-사랑과 전쟁	붓	기타	강한,서예	
	웨딩	컴퓨터&기타	흰색	서체변형	
	이 죽일 놈의 사랑	붓	검정색	강한,서예	
황금사과	펜	노란색	유희적		
MBC	가을소나기	펜	흰색	손멋	15편 중 11편 (73%)
	결혼합시다	붓	기타	친근,서예	
	굳세어라 금순아	붓	검정색	친근,서예	
	김약국의 딸들	붓	검정색	친근,서예	
	달콤한 스파이	컴퓨터&기타	붉은색	유희적	
	맨발의 청춘	붓	흰색	강한,서예	
	변호사들	붓	검정색	강한,서예	
	신돈	컴퓨터&기타	노란색	강한,서예	
	자매바다	펜	기타	손멋	
	제5공화국	컴퓨터&기타	기타	서체변형	
환생-next	컴퓨터&기타	기타	손멋		
SBS	백만장자와 결혼하기	컴퓨터&기타	흰색	유희적	15편 중 10편 (67%)
	사랑은 기적이 필요해	컴퓨터&기타	기타	서체변형	
	서동요	붓	검정색	강한,서예	
	하늘이시여	펜	흰색	손멋	
	해변으로 가요	펜	기타	손멋	
	사랑한다 웬수야	펜	기타	손멋	
	돌아온 싱글	붓	노란색	서체변형	
	그 여름의 태풍	컴퓨터&기타	흰색	강한,서예	
패션 70's	붓	흰색	손멋		
여왕의 조건	컴퓨터&기타	검정색	서체변형		
합계	45편 중 30편 (67%)				

4. 사례분석 결과 및 문제점 도출

캘리그래피는 시각커뮤니케이션을 통해서 영화에 대한 관심을 높이고 흥미를 유발시키고 보는 이로 하여금 참여를 유도한다. 또한 단순한 고지의 기능에서 나아가 기존 서체가 지니지 못한 감성적인 표현을 할 수 있다는 것에 큰 의미가 있다. 대중과 교감하는 차별화된 시각요소로 캘리그래피가 한국영화 포스터 타이틀과 TV 드라마 타이틀에서 이 두 매체의 특성에 맞게 적용되고, 그 표현에 있어 캘리그래피라는 개성있는 글자체의 특성에 맞게 표현되고 있는지 사례분석을 통해 알아보았다. [표-22]

한국영화 포스터 타이틀에서의 캘리그래피를 살펴보면, 형태에 있어 서예형 캘리그래피가 대부분이고, 표현도구에 있어서도 붓에 의존도가 매우 높았다. 색상에 있어서도 흰색이 가장 많이 쓰이며, 대부분 흑백의 무채색 계열이 사용되고 있다. TV 드라마 타이틀의 경우도 마찬가지로 그 형에 있어서는 대부분 비슷하고 색상의 표현 또한 드라마 내용과 관계없는 색을 사용하고 있다. 캘리그래피는 표현도구에 의해 미묘한 감정변화가 전달되는데, 인쇄매체의 경우 이러한 미세한 질감과 색감을 그대로 표현할 수 있다는 장점에도 불구하고 형과 색에 있어 정형화된 양상을 보인다. 이러한 특징없는 표현은 영화와 드라마의 주제에 맞는 내용전달과 감성전달의 두 가지 목적에 부합하지 못하기 때문에 다양하고 새로운 형태의 캘리그래피 글자체의 형태가 필요하다. 따라서 다양하고 도구의 실험을 통해 독특한 표현을 시도함으로써 개성있고 주제에 맞는 디자인으로 대중에게 강하게 어필해야한다. 즉, 주제를 함축적으로 표현하고 전달한다는 전제아래, 붓에 의한 비슷하고 단조로운 캘리그래피 형태가 아닌 다양한 운필법을 한글에 적용시키고, 먹

의 농담과 종이의 질감의 활용 면에서도 새로운 형태로 표현되어야 한다. 도구의 사용에 있어서도 동양적 미학에 집착하기보다는 동·서양의 도구의 장점을 조화시키고, 디지털시대의 편리한 도구인 컴퓨터를 적극적으로 활용하여 개성적이고 독특한 이미지를 창조해야 한다. 영상매체에서의 캘리그래피는 세밀하고 정교한 질감표현의 한계를 극복하여, 소리와 동영상을 함께 표현할 수 있다는 장점으로 캘리그래피의 형태적 한계를 보완하여, 3D표현과 무빙캘리그래피로 표현영역을 확대하는 새로운 실험을 해야 할 것이다.

[표-22-1] 사례분석 결과 및 문제점 도출 (영화 포스터 타이틀)

매체	표현분류	사례분석 결과 및 문제점
영화 포스터	도구별	붓:58%, 펜:9%, 컴퓨터 및 기타 :33% ①펜은 거의 사용되지 않고,붓에 의한 표현이 대부분임. ②컴퓨터의 사용은 기존 도구를 위한 보조적인 역할. ③주제 특성에 맞는 다양한 도구의 활용 및 보다 적극적인 컴퓨터 활용 필요
	색상별	흰색:52%, 검은색:26%, 붉은색:7%, 노란색:3%, 기타:12% ①흰색이 가장 높은 비율을 차지. ②흑백의 경우 전체의 78%로 대부분. 사진이미지를 많이 사용한 디자인이 많으므로 글자의 가독성을 높이기 위한 글자색의 선택요인 때문으로 판단됨. ③주제에 적합한 의미있고 다양한 색상표현이 필요함.
	형태별	서예형:44%, 손 멋 글씨형:9%, 기존서체변형:33%, 유희 및 기타형태:14% ①서예형 캘리그래피가 대부분임. 표현도구는 서예형 캘리그래피에서는 대부분 붓이고, 손 멋 글씨형은 펜, 유희적 캘리그래피는 컴퓨터인 것을 나타냄. ②형태에 따른 색상별로 살펴보았을 때 50%이상이 흑백표현이 차지함. ③돌기(serif)의 유무는 명조체변형에서만 나타나는 것으로 보아 돋보임을 주목적으로 하는 캘리그래피 타이틀에서는 그 사용이 적음을 알 수 있음. ④형태강조의 경우 세로줄기와 가로줄기의 길이변화에 의한 형이 많으며, 글자 중앙의 형태 변화 등에 의한 시선유도를 통하여 강조하는 형태를 보임.

[표-22-2] 사례분석 결과 및 문제점 도출 (TV 드라마 타이틀)

매체	표현분류	사례분석 결과 및 문제점
TV 드라마	도구별	붓:43%, 펜:20%, 컴퓨터 및 기타:37% ①방송3사의 도구별 평균은 비교적 고른 분포를 보임. ②KBS와 MBC는 붓의 사용이 50%정도로 높은 편이나, SBS는 컴퓨터의 사용이 더 높은 것으로 나타남 ③인쇄매체인 포스터와는 달리 컴퓨터의 사용이 다소 높은 것으로 나타남.
	색상별	흰색:27%, 검은색:27%, 붉은색:3%, 노란색:12%, 기타:3% ①흑백이 여전히 많이 사용되는 것으로 보임. ②인쇄매체보다 화려한 색채의 시도가 보이나 주제에 적합한 의미있고 다양한 색상표현이 필요함.
	형태별	서예형:44%, 손 멋 글씨형:23%, 서체변형:20%, 유희 및 기타형태:13% 3D 표현:12%, 글자와 그래픽이미지 혼합 표현: 17% ①형태별로 방송3사별 평균은 서예형이 44%로 가장 높게 나타남. ②KBS와 MBC는 서예형이 가장 높은 반면, SBS는 전반적으로 고른 형태분포를 보이나 손 멋 글씨형이 가장 높게 나타남. ③서예형 캘리그래피의 경우 붓의 느낌만을 살린 형태가 많음. ④미세한 형태표현의 한계를 보완하고자 화려한 색상의 효과, 3D표현, 그래픽이미지의 혼합사용의 표현이 나타난 것으로 보임 ⑤세밀하고 정교한 질감표현의 한계를 극복하여, 소리와 동영상을 함께 표현할 수 있다는 장점으로 캘리그래피의 형태적 한계를 보완하여, 3D와 무빙캘리그래피로 표현영역의 확대가 필요함.

IV. 결론

오늘날 기계적이고 획일화된 디지털 정보사회 환경으로의 급속한 이행은 인간으로 하여금 인간 본연의 따뜻한 감성과 자연스러움과 함께 개성을 중시하는 시대, 즉 따뜻한 감성을 추구하면서도 발전된 기술과 정보를 누리는 워밍 디지털 시대를(warm digital age) 추구하고게 만들었다. 커뮤니케이션 수단인 글자는 단순히 읽고 쓰고 보는 1차적 언어소통의 의미를 넘어 인간의 감정을 시각적 언어로 표현하는 느끼기 위한 글자로 그 의미가 확대되었다. 이러한 환경문화에서 차갑고 기계적인 느낌의 기존 인쇄체 글자와는 다른 개성적이고 독특한 캘리그래피는 작가의 감성을 표현한 글자라는 점에서 의미가 있다. 본 연구는 캘리그래피를 인쇄매체와 영상매체를 중에서 한국 영화 포스터와 TV 드라마 타이틀 선정하여 표현도구별, 색상별, 형태별로 사례를 분석하였다. 그 결과, 무개성의 정형화 된 형태를 보이며 도구의 활용에 있어서도 붓이라는 도구에 과도하게 편중되어있음을 알 수 있었다. 따라서 획일화된 도구와 색감의 사용 그리고 형태에 있어 지나친 유행에 편중된 디자인보다는 여기에 새로움을 부과하여야 한다. 점과 선의 방향과 굵기, 거칠기에 따른 다양한 캘리그래피의 표현을 디자인에 어떻게 적절하게 변형시키는가에 따라 캘리그래피의 성격이 달라질 수 있으므로 매체의 특성 및 디자인 주제에 적합한 캘리그래피의 표현이 필요하다.

전통적 서예기법을 적용했을 때 같은 글자라도 서체의 종류(전서, 예서, 해서, 행서, 초서)에 따라 그 느낌과 형태가 달리 표현되므로, 비슷하고 단조로운 형태가 아닌 다양한 운필법을 통해 매체의 특성과 주제에 적합하도록 적절히 한글에 적용하여야한다. 붓이 종이에 닿는 순간의 운동감이나 속도

에 따라 미세한 표현의 차이와 먹의 농담과 지질에 의한 퍼짐현상, 붓의 거칠기에 의해 달라지는 전통적인 수묵화와 서예기법을 한글 캘리그래피에 표현해야한다. 전통회화인 문자도처럼 한글 캘리그래피와 이미지와 결합하여 시각적으로 형상화하는 등의 새로움의 요소를 더하고, 표현방식에 있어서 우리의 미적정서를 현대적 감각에 맞게 디자인하고 시각화하여야 한다. 또한 디자인에 있어서 디지털시대의 편리하고 효율적인 컴퓨터의 적극적인 활용으로 글자의 단순 음영처리나 돌출(emboss)효과만이 아닌, 목적에 맞게 변형하거나 재조합하거나 또는 여러 이미지들과 합성하는 등 기존의 전통적 도구들이 하지 못하는 다양한 표현을 통하여 캘리그래피의 형태적 한계를 보완할 수 있을 것이다.

독특한 글자체인 캘리그리피는 디지털 폰트화를 통해 대중에게 보다 쉽고 편리하게 사용할 수 있도록 다양한 폰트로 개발되기를 바라며, 앞으로 다양한 텍스추어와 이미지의 합성 그리고 3D와 애니메이션기법을 이용하여 캘리그래피의 표현영역을 확대하여, 소리와 움직임이라는 요소를 결합한 무빙캘리그래피(moving calligraphy)의 다양하고 새로운 표현의 시도가 활발하게 연구되었으면 한다.

참고문헌

<단행본 및 정기간행물>

- 1) 「문자의 역사」 조루주 장, 이종인 역, 시공사, 1996
- 2) 「Typography & Color」 Michael Beaumont, 김주성 역, 애경, 1993
- 3) 「글자와 이미지」 로베르마쎡, 미진사, 1994
- 4) 「타이포그래픽 커뮤니케이션」 김지현, 브랜미술, 1994
- 5) 「타이포그래피」 에밀루더, 안상수 역, 안그라픽스, 2000
- 6) 「미술과 시지각」 루돌프 아른하임, 김춘일 역, 미진사, 2003
- 7) 「무빙타입」 매트 울먼, 제프 벨란토니, 원유홍 역, 안그라픽스, 2001
- 8) 「디자인 사전」 조영제, 권명광, 안상수, 이순중 기획, 안그라픽스, 2000
- 9) 「감성시대의 칼라마케팅」 김훈철, 장영렬 도서출판 사민서각, 1991
- 10) 「Handwritten - Expressive lettering in the digital age」
Steven Heller & Mirko Ilic, Thames & Hudson, 2004
- 11) 「컴퓨터에서 한글글꼴에 관한 연구」 김 훈, 산업디자인연구 제2호, 1993
- 12) 「한글 타이포그래피의 정체성에 관한 연구」 안상수, 디자인학연구, 제34호

<학위논문>

- 1) 「시각디자인에 있어서 여백의 효용성에 관한 연구」 박현택, 홍익대학교, 1989
- 2) 「현대 그래픽디자인에서의 캘리그래피적 표현과 조형적 특성에 관한 연구」
정원일, 홍익대학교, 1992
- 3) 「TV 타이틀디자인의 캘리그래피 표현에 관한 연구」 노영호, 청주대학교, 1995
- 4) 「캘리그래피 개념의 한글적용에 관한 연구」 심진수, 서울여자대학교, 1996
- 5) 「서화동원론을 통한 서와 화의 상관성연구」 임경희, 홍익대학교, 1996

- 6) 「BI 디자인의 캘리그래피 활용에 관한 연구」 김덕순, 강원대학교, 2001
- 7) 「국내영화 타이틀로고타입의 캘리그래피에 관한 연구」 강신혁, 경희대학교, 2002
- 8) 「무빙타이포그래피에서 캘리그래피의 표현」 강소영, 성신여자대학교, 2004
- 9) 「한국영화 타이틀 로고의 시각적 유희에 관한 연구」 최종현, 단국대학교, 2004

<웹사이트>

- 1) <http://www.sandall.co.kr>
- 2) <http://www.yoonfont.co.kr>
- 3) <http://www.philmuk.co.kr>
- 4) <http://www.nkino.co.kr>
- 5) <http://www.megabox.co.kr>
- 6) <http://www.sooltong.co.kr>
- 7) <http://www.morandesign.co.kr>
- 8) <http://www.typepage.com>
- 9) <http://www.jungle.co.kr>
- 10) <http://www.advertising.co.kr/uwdata/dispatcher/lit/fulltext/Serial/SK002187/01.html>

ABSTRACT

A Study on the Expression of Hangeul Calligraphy in the Korean Movie Poster Titles and Television Drama Titles

Choi, Yi-sun
Dept. of Industrial Design
Graduate School of
Sungshin Women's University

Today, we are revealed to great information due to the rapid growth in information technology. In communicating with information, the issue is now diverted from how to convey the information to how to effectively convey the information. In this flood of information, the use of calligraphy is increasing showing that it has multiple functions. Calligraphy not only meets the first and foremost function, the implication of words but also expresses beauty and harmony, and the individuality of characters. At the same time, it has the natural and personal images which attract attention.

This paper is therefore to study the concept of calligraphy as visual communication method and see the expressions in the Korean movie poster titles and television drama titles as case studies. By the research and analysis of the problems, this study further presents the direction of effective and unique future visual expression.

Calligraphy used in the Korean movie poster titles have been selected as

print media and television drama titles have been selected as image media to be compared and analyzed. These titles show the distinguished images and share the thoughts implicated in the images with the public.

Fifty-eight Korean movie poster titles that used calligraphy styled logos were selected among the 121 Korean movies that have been released during 2004 to November 2005. Thirty television drama titles have been selected among the 45 dramas(fifteen dramas from each KBS, MBC, SBS broadcasting corporation) that were recently viewed or ended viewing in November 2005. In this research, calligraphy is classified based on their formative characteristics; tools, colors and figures. Most of the calligraphies compared has similar styles, tools and colors which does not satisfy the true character of calligraphy. Dull expressions fail to implicate the substance and sensitivity of the movie and drama and cannot correspond to its ultimate goal, representing the identity of the movie and drama.

Calligraphy that express the sensibility with natural and unique fonts should be applied with various new techniques and attempts to make a special image in today's digital age. Legacy typography expressions should be diversified with new and various attempts. 3D expressions of calligraphy and Moving calligraphy with motion graphic and sound using high end techniques will expand the expression methods. We expect the active calligraphy development that can satisfy both functional and emotional aspects, the information communication and the sensitivity.