



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

디자인학 박사 학위논문

재매개론을 통한 매체 다변화 시대의 무빙 포스터 디자인 연구

A Study on Moving Poster Design in the Era of
Media Diversification Through Remediation Theory

2021년 2월

서울대학교 대학원
디자인학부 디자인전공
전혜연






재매개론을 통한 매체 다변화 시대의 무빙 포스터 디자인 연구

지도교수 김수정

이 논문을 디자인학 박사 학위논문으로 제출함
2021년 2월

서울대학교 대학원
디자인학과
전혜연

전혜연의 박사 학위논문을 인준함
2021년 2월

위원장	김경선	
부위원장	이장섭	
위원	이병학	
위원	채정우	
위원	김수정	

국문초록

본 연구는 재매개론을 통해 매체 다변화 시대의 무빙 포스터(Moving Poster) 디자인 특성을 연구하는 것을 목적으로 한다. ‘포스터’는 그래픽 디자인의 대표적인 미디어이자 형식이다. 연구자는 무빙 포스터의 유행이 인쇄 포스터 발생 이후 그래픽 디자인 역사에 있어 주요한 변화임에도 관련 연구가 부족한 것에 주목하여 본 연구를 시작하였다.

본 연구의 대상은 인쇄 포스터에 애니메이션이 더해진 디지털 디스플레이 기반 무빙 포스터다. 인터랙티브 포스터(Interactive Poster)는 크게 보면 무빙 포스터에 속하지만 연구의 범위가 지나치게 광범해진다고 판단하여 본 연구에서는 제외하였다. 연구 방법으로는 볼터와 그루신(Bolter&Grusin)의 재매개(Remediation)론을 통한 무빙 포스터의 특성 논의, 무빙 포스터 작품 사례 조사, 문헌 조사 및 무빙 포스터와 유사한 움직이는 이미지 형식과의 비교가 있다.

연구의 세부 내용은 다음과 같다. 1장에서는 연구의 필요성과 목적, 방법과 범위를 기술하고 본 논문에서 사용되는 주요 용어들에 대해 정의하였다. 2장에서는 본 연구의 주요 분석틀인 볼터와 그루신의 재매개론을 소개하고, 무빙 포스터가 재매개한 과거 미디어인 인쇄 포스터와 동영상의 주요 특성과 구성 요소 관련 선행 연구를 살펴본다. 이를 통해 무빙 포스터의 구성 요소를 정리하여 무빙 포스터 디자인의 특성을 논의하기 위한 기준을 설정한다. 3장에서는 무빙 포스터 관련 다양한 작품 사례를 분석한다. 무빙 포스터, 모션 포스터 작품들과 애니메이션 GIF(Animated Graphics Interchange Format), 시네마그래프(Cinemagraph) 등 정적 이미지와 동영상 사이에 분포하는 ‘움직이는 이미지’ 형식을 살펴본다. 4장에서는 무빙 포스터 디자인의 특성을 종합적으로 정리한다.

4장 1절에서는 재매개 이론을 통해 무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성을 정리한다. 2절에서는 무빙 포스터의 디자인 특성을 선행 미디어인 인쇄 포스터와 동영상을 재매개한 부분과 각 선행 미디어를 차용했지만 무빙 포스터에서 변형된 부분들로 나누어 정리한다. 5장에서는 연구의 결론과 후속 연구를 제안하며 연구를 마무리한다.

본 연구에서 살펴본 무빙 포스터의 디자인 특성은 다음과 같다. 무빙 포스터는 선행 미디어인 인쇄 포스터와 동영상 미디어의 특성을 재매개한다. 우선, 무빙 포스터가 인쇄 포스터로부터 차용한 특성은 다음과 같다. 첫째, 세로형 포맷인 Portrait Format을 사용하고, 둘째, 문자와 이미지를 함께 사용하여 특정 아이디어, 생산물, 행사에 관한 메시지나 정보를 전달하며, 셋째, 헤드라인, 슬로건, 로고, 사진, 주제개체, 부주제개체, 주조색, 보조색 등 다양한 그래픽 요소로 구성된 다층적 레이어 형식을 사용하고, 넷째, 그리드, 레이아웃, 타이포그래피, 함축적이고 완성도 높은 시각 요소 선택 등 그래픽 디자인 특유의 정교한 화면 구성과 시각 문법이 드러난다. 무빙 포스터가 동영상 미디어로부터 차용한 특성은 다음과 같다. 첫째, 문자, 이미지, 동영상, 사운드 등이 복합적으로 구성되어 멀티미디어적 특성을 지니고, 둘째, ‘시간성’의 특성을 갖고, 셋째, 움직임(애니메이션)을 포함한다.

무빙 포스터는 선행 미디어로부터 재매개한 특성들을 무빙 포스터라는 새로운 매체에 적합하게 변형하기도 하였다. 첫째, 세로형의 화면을 사용하지 않거나 혼합된 화면 비율을 사용한다. 둘째, 인쇄 포스터에서 상시적으로 보이던 문자와 이미지는 무빙 포스터의 재생시간 동안 사라지는 경우도 있어 특정 시점에서는 무빙 포스터가 포스터가 아닌 일반 영상 미디어로 인지될 수 있다. 셋째, 다층적 레이어나 정교한 화면 구성 또한 무빙 포스터의 재생시간 내내 보여지지 않는 경우도 있었다. 넷째, 멀티미디어적 특성은 기존 동영상 미디어에 비해 약화되었

으며 특히 사운드가 포함되지 않는 경우가 많았다. 이는 기술적인 문제와 상관없이 공공장소나 온라인의 SNS에서 몇 초의 시간만 사람들의 시선을 사로잡으면 되는 무빙 포스터의 특성상 불필요한 사운드 영역을 사용하지 않는 전략적인 측면과 연계된 것이다. 다섯째, 무빙 포스터는 동영상 미디어로부터 시간성을 가져왔지만 대체적으로 10초 내의 매우 짧은 재생시간으로 제작되었다. 이로 인해 동영상 고유의 특성인 사운드와 내러티브의 비중은 낮아지거나 사라졌다. 여섯째, 무빙 포스터에서의 움직임은 일반 동영상 미디어에서의 움직임과 확연하게 구분된다. 기존 동영상 미디어에서 시각 요소, 카메라, 시퀀스의 세 가지 움직임을 복합적으로 사용한다면 무빙 포스터에서는 한 개나 두 개의 영역만을 사용한다. 이러한 특성은 무빙 포스터 특유의 부자연스러운 움직임을 만들어냈다.

연구자는 본 연구가 시각디자인, 시각 문화 트렌드, 미디어 분야 연구의 기초 자료로 기여할 것으로 기대한다. 포스터에는 동시대의 그래픽 디자인 기법, 시각 문화, 트렌드, 미디어와 기술의 발전에 관한 내용이 축약되어 있기 때문이다. 또한 본 연구에서 진행한 무빙 포스터 디자인의 특성 분석은 무빙 포스터나 이와 유사한 작품을 제작하고자 하는 사람들에게 하나의 '디자인 가이드라인'이 될 것으로 기대한다.

주요어 : Moving Poster, Poster Design, Digital Media, Multimedia, Remediation

학번 : 2014-30418

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구 필요성 및 목적	2
제 2 절 연구 방법 및 범위	3
제 3 절 용어 정의	4
1. 무빙 포스터(Moving Poster)	5
2. 인쇄 포스터(Printed Poster)	6
3. 모션 포스터(Motion Poster)	6
4. 애니메이션드 포스터(Animated Poster)	7
5. 키네틱 포스터(Kinetic Poster)	7
6. 참고 : 구글 트렌드(Google Trends)	9
제 2 장 무빙 포스터의 탄생과 재매개론	12
제 1 절 재매개론	13
1. 재매개론	13
2. 재매개론에 의한 무빙 포스터의 문화적 의미 획득	15
제 2 절 무빙 포스터의 탄생	16
1. 포스터의 발전	17
2. 포스터 정의의 변화	24
제 3 절 인쇄 포스터와 동영상의 구성 요소	25
1. 인쇄 포스터의 특성	25
2. 인쇄 포스터의 구성 요소	26
3. 동영상의 특성	28
4. 동영상의 구성 요소	29

제 4 절 무빙 포스터의 구성 요소	31
1. 무빙 포스터의 구성 요소	31
2. 커뮤니케이션	34
3. 형태	34
제 3 장 무빙 포스터의 개념과 사례 연구	38
제 1 절 무빙 포스터의 정의	40
제 2 절 샤우프(Schaub)의 무빙 포스터 스펙트럼	42
제 3 절 모션 포스터	45
1. 모션 포스터의 정의	45
2. 모션 포스터 디자인의 특성	47
제 4 절 움직이는 이미지	55
1. 애니메이션드 GIF(Animated GIF)	55
2. 시네마그래프(Cinemagraph)	58
제 5 절 무빙 포스터 사례 분석	59
1. 작품 선정 기준 및 연구 방법	59
2. 작품 사례	62
3. 분석 결과	84
제 4 장 무빙 포스터의 하이퍼매개 전략과 디자인 특성	88
제 1 절 무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성	89
1. 비매개와 하이퍼매개	89
2. 무빙 포스터와 하이퍼매개	91

3. Portrait Format, Vertical Screen	92
4. 멀티미디어와 다층적 레이어의 사용	96
5. 비현실적인 움직임과 짧은 지속 시간	100
6. 사운드와 스토리의 부재	102
제 2 절 무빙 포스터의 디자인 특성	104
1. 정적 포스터로부터 재매개한 특성	105
2. 동영상 미디어로부터 재매개한 특성	109
3. 무빙 포스터에서 새롭게 변화한 특성	113
제 5 장 결론	123
참고문헌	127
Abstract	134

표 목 차

[표 1] 인쇄 매체 포스터 디자인의 구성 요소 선행 연구 요약	27
[표 2] 인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	27
[표 3] 모션 그래픽의 구성 요소 선행 연구 요약	31
[표 4] 인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	32
[표 5] 동영상 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	32
[표 6] 무빙 포스터 구성 요소 대분류	33
[표 7] 무빙 포스터 분석 기준	33
[표 8] 인스타그램 이벤트 무빙 포스터 분석 기준	62
[표 9] 그림 33의 무빙 포스터 분석	63
[표 10] 그림 34의 무빙 포스터 분석	64
[표 11] 그림 35의 무빙 포스터 분석	65
[표 12] 그림 36의 무빙 포스터 분석	66
[표 13] 그림 37의 무빙 포스터 분석	67
[표 14] 그림 38의 무빙 포스터 분석	68
[표 15] 그림 39의 무빙 포스터 분석	69
[표 16] 그림 40의 무빙 포스터 분석	70
[표 17] 그림 41의 무빙 포스터 분석	71
[표 18] 그림 42의 무빙 포스터 분석	72
[표 19] 그림 43의 무빙 포스터 분석	73
[표 20] 그림 44의 무빙 포스터 분석	74
[표 21] 그림 45의 무빙 포스터 분석	75
[표 22] 그림 46의 무빙 포스터 분석	76
[표 23] 그림 47의 무빙 포스터 분석	77
[표 24] 그림 48의 무빙 포스터 분석	78
[표 25] 그림 49의 무빙 포스터 분석	79
[표 26] 그림 50의 무빙 포스터 분석	80
[표 27] 그림 51의 무빙 포스터 분석	81
[표 28] 그림 52의 무빙 포스터 분석	82
[표 29] 그림 53의 무빙 포스터 분석	83
[표 30] 인스타그램(Instagram)에서의 무빙 포스터 작품 사례 분석 결과 요약	86

그림 목차

[그림 1] 무빙 포스터 예시 Spin Studio(2018)	2
[그림 2] google image에서 'Kinetic poster'로 검색한 화면	8
[그림 3] 구글 트렌드에서 지난 5년간 4가지 키워드의 관심도를 비교한 결과. 하늘색 'Motion Poster', 붉은색 'Moving Poster', 노란색 'Kinetic Poster', 녹색 'Animated Poster'.	9
[그림 4] 구글 트렌드에서 'Motion Poster'에 대해 관심도가 높은 나라를 표시한 결과(좌)와 연관 인기 검색어(우)	10
[그림 5] 구글 트렌드에서 'Animated Poster'에 대해 관심도가 높은 나라를 표시한 결과(좌)와 연관 인기 검색어(우)	11
[그림 6] 윌리엄 캐스턴, 《솔즈베리 교구 전례 지침》의 출간을 알리는 포스터로 현존하는 영국 최초의 포스터이다.	18
[그림 7] 목판 활자 포스터 예시	19
[그림 8] 쥘 세레(좌), 톨르즈 로트렉(우)	20
[그림 9] 루시엔 베른하르트(좌, 1905), 요스트 슈미트(우, 1923)	21
[그림 10] 헤르베르트 마티(좌, 1934)(우, 1935)	21
[그림 11] 요제프 뮐러 브로크만(좌, 1975), (우, 1960)	22
[그림 12] 에이프릴 그레이먼, Summer Programs Poster for Southern California Institute of Architecture, 1991	23
[그림 13] google image에서 'moving poster'로 검색한 화면	41
[그림 14] Schaub가 운영하는 www.themovingposter.com 메인화면	42
[그림 15] Static Moving Poster의 예시. 단순히 이중 톤으로 색상만 반전된다.	43
[그림 16] Dynamic Moving Poster의 예시. 화면의 작은 요소들이 각기 움직이고 있다.	43
[그림 17] Dynamic Moving Poster의 예시. 화면의 큰 요소가 이동하며 움직인다.	44
[그림 18] Dynamic Moving Poster의 예시. 빈 화면에 없던 오브젝트들이 생성된다.	44
[그림 19] Filmic Poster의 예시.	44
[그림 20] 최초의 모션 포스터, 〈Hard Candy(2005)〉, 캐릭터의 발과 캐릭터가 서있는 뒷 부분이 조금씩 움직인다.	47
[그림 21] 〈Saw6(2010)〉 모션 포스터. 빈 화면에 별레들이 모여들어 사람의 형상을 생성해낸다.	49
[그림 22] 〈Beauty and the Beast(2017)〉 모션 포스터. 액자 형식의 틀 안에 있는 캐릭터가 고개를 돌리는 등 조금씩 움직인다.	49
[그림 23] 〈American Horror Story: Coven(2017)〉 모션 포스터. 인물들의 입 속의 뱀이 조금씩 앞으로 나온다.	50
[그림 24] 〈Terminator4(2009)〉 모션 포스터. 부감으로 LA지역을 보는 화면에서 점차적으로 터미네이터의 얼굴 형상이 드러난다.	50
[그림 25] 〈Star Trek into Darkness(2013)〉 모션 포스터. 카메라가 도시를 훑어다니다가 폐허 더미에 서있는 주인공의 형상이 나오고 이후 하단부에 작품 제목이 나타난다.	50
[그림 26] 〈Gulmakai(2018)〉 모션 포스터.	53
[그림 27] 〈Petta(2019)〉 모션 포스터.	53
[그림 28] 〈Viswasam(2019)〉 모션 포스터.	54
[그림 29] 영화 〈구르믈 버서난 달처럼(2010)〉의 모션 포스터.	54

[그림 30] 텀블러(Tumblr) 화면 예시	57
[그림 31] 시네마그래프 기법을 이용한 Samsung의 노트북 광고. 사진의 다른 부분은 정지한 채로 가방에서 노트북 꺼냈다가 넣는 장면만 움직이고 반복된다.	59
[그림 32] 인스타그램에 게시된 이벤트 무빙 포스터 예시	61
[그림 33]	63
[그림 34]	64
[그림 35]	65
[그림 36]	66
[그림 37]	67
[그림 38]	68
[그림 39]	69
[그림 40]	70
[그림 41]	71
[그림 42]	72
[그림 43]	73
[그림 44]	74
[그림 45]	75
[그림 46]	76
[그림 47]	77
[그림 48]	78
[그림 49]	79
[그림 50]	80
[그림 51]	81
[그림 52]	82
[그림 53]	83
[그림 54] 비매개예의 예시(영화(위), 원근법(하단 좌측), 사진(하단 우측)	90
[그림 55] 하이퍼매개 예시(제단화(상단 좌측), 버튼과 윈도우로 구성되는 멀티미디어 응용체계(상단 우측), 그래픽 디자인과 폴라주(하단 좌측), 중세 채색 서적(하단 우측)	91
[그림 56] 최근 환승 공간에서 늘어나고 있는 세로형 디지털 사이니지	94
[그림 57] 짧은 모바일 비디오를 공유하는 플랫폼 'TikTok'	94
[그림 58] Viswasam official motion poster 캡처 이미지. 실제로 이 'Motion Poster'는 긴 재생 시간, 다양한 장면 전환, 풍부한 사운드의 사용 등 일반 동영상/비디오에 가까운 형식이다.	95
[그림 59] Petta(2019)의 공식 Motion Poster 캡처 이미지. 세로형 Motion Poster와 비교했을 때 일반 cinematic 영상에 가깝다.	96
[그림 60] CNN뉴스 화면 예시	97
[그림 61] PC 모니터 화면 예시	97
[그림 62] Beauty and the Beast(2017)의 모션 포스터. 원근감 등 사실적 표현과 프레임 위로 나온 인물의 움직임은 비매개 특성이라고 할 수 있지만, 하단의 영화 제목은 '투명한 몰입'을 방해한다.	99
[그림 63] 문자, 2d & 3d 일러스트레이션, 사진 등 멀티미디어와 중첩된 레이어의 사용된 무빙 포스터 ..	99
[그림 64] 화면 비율을 혼합하여 사용하는 예시	100
[그림 65] 사진과 포스터	107
[그림 66] 인쇄 포스터와 외적으로 유사한 다양한 무빙 포스터들	108
[그림 67] 문자, 이미지, 동영상, 사운드가 혼합된 멀티미디어 형식의 무빙 포스터	110
[그림 68] 무빙 포스터가 인쇄 포스터와 동영상 미디어로부터 재매개한 특성	112
[그림 69] 화면 비율을 넘나드는 무빙 포스터 예시	114

[그림 70] 화면 비율을 넘나드는 무빙 포스터 예시	114
[그림 71] 재생시간 동안 정보가 거의 고정되는 경우	115
[그림 72] 재생시간 동안 정보가 고정되지 않는 경우	116
[그림 73] 주제 개체들 외의 문자 레이어 생성 예시. 실사 영상 단일 레이어에 새로운 레이어가 추가된다.	116
[그림 74] 카메라와 시퀀스 동작은 고정되고 시각요소만 움직이는 경우	118
[그림 75] 카메라와 시퀀스 동작은 고정되고 시각요소만 움직이는 경우	119
[그림 76] 장면전환과 시각요소 동작만 보여지고 카메라 동작은 고정됨	119
[그림 77] 줌 아웃의 카메라 동작이 주요 동작이고 시각요소들의 움직임은 파편들의 흘날림 정도로 제한된다.	120
[그림 78] 프레임 안의 영상들(우측)은 세 가지 움직임이 모두 보여지지만 전체 포스터로 보면 시각 요소의 움직임과 장면전환만 이뤄진다고 볼 수 있다.	120
[그림 79] 인쇄 포스터, 동영상 미디어로부터 무빙 포스터가 새롭게 재매개 한 특성	122

제 1 장 서론

제 1 절 연구 필요성 및 목적

제 2 절 연구 방법 및 범위

제 3 절 용어 정의

1. 무빙 포스터(Moving Poster)
2. 인쇄 포스터(Printed Poster)
2. 모션 포스터(Motion Poster)
4. 애니메이션 포스터(Animated Poster)
5. 키네틱 포스터(Kinetic Poster)
6. 참고 : 구글 트렌드(Google Trends)

제 1 장 서론

제 1 절 연구 필요성 및 목적

포스터란 전달하고자 하는 내용을 일반 대중에게 널리 알리기 위해 문자, 그림, 사진 등을 사용하여 여러 가지 인쇄 방법으로 대량 복제해 벽면에 부착하는 선전 광고 매체를 뜻한다.¹ 디자인 역사에서 포스터는 가장 중요하고 강력한 홍보 수단이었다. 포스터는 정보 전달을 최우선으로 하는 동시에 그래픽 디자이너들의 표현과 예술적 실험의 장이었다. 최초의 포스터는 인쇄 기술 발달 이전에 손으로 직접 쓰거나 그리는 방식으로 이루어져왔으며, 이후 인쇄술의 부흥과 함께 대량 복제가 가능해지며 대중에게 상품을 홍보하거나 메시지를 전달하는 주요 매체로 부상하였다. 이처럼 포스터는 그래픽 디자인의 대표적인 형식이자 미디어라고 할 수 있다.

현대에는 디지털 기술의 발달과 미디어의 다변화로 대중에게 시각적으로 정보를 전달하는 방식도 다양해지고 있다. 인쇄 매체 형식의 포스터도 디지털 디

1 "Poster." accessed December 20, 2019, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=531534&cid=46660&categoryId=46660>

스플레이의 등장과 인터넷 플랫폼의 다양화로 제작 방식과 형식이 변화하고 있다. 디지털 디스플레이 기반 인쇄 포스터에 애니메이션이 더해진 무빙 포스터(Moving Poster)의 등장 또한 최근 포스터 디자인의 트렌드 중 하나다.



그림 1 무빙 포스터 예시 | Spin Studio(2018)

새로운 미디어와 기법을 사용한 포스터나 디자인의 등장과 함께 관련 연구들도 진행되고 있다. 다만 기존 연구들의 대다수는 디지털 사이니지나 인터넷 모바일 광고 연구 등 기술과 미디어 혹은 광고 효과 분석 연구로 무빙 포스터 디자인과 직접적인 관련성은 떨어진다. 무빙 포스터의 디자인 및 표현에 관련된 소수의 연구들 또한 시네마그래프(Cinemagraph), 인터랙티브 포스터(Interactive poster), 애니메이션 GIF(Animated GIF) 등 몇 가지 세부 형식 논의에 그치고 있다. 앞서 언급했듯이 ‘포스터’는 그래픽·시각 디자인의 대표적인 형식으로, 무빙 포스터는 인쇄 매체 포스터 탄생 이후 포스터 디자인에 있어 중요한 변화이지만 관련 선행 연구는 부족한 실정이다.

본 연구는 재매개론을 통해 매체 다변화 시대의 무빙 포스터(Moving Poster) 디자인 특성을 연구하는 것을 목적으로 한다. 볼터와 그루신(Bolter & Grusin)

의 재매개론(Remediation Theory)은 새로운 미디어 발생시 해당 미디어와 유사한 선행 미디어와의 계보적 관련성을 중시하는 이론으로 재매개론에 따르면 무빙 포스터는 인쇄 포스터와 동영상 미디어의 특성을 재매개한다고 볼 수 있다. 이러한 시각을 바탕으로 무빙 포스터의 탄생 경위, 무빙 포스터의 선행 미디어인 인쇄 포스터와 동영상 미디어 디자인의 구성 요소 연구, 실제 무빙 포스터 작품 사례를 연구하고, 최종적으로 무빙 포스터 디자인의 특성을 정리하고자 한다.

본 연구는 시각디자인, 시각 문화 트렌드, 미디어 분야 연구의 기초 자료로 기여할 것으로 기대된다. 포스터에는 동시대의 그래픽 디자인 기법, 시각 문화, 트렌드, 미디어와 기술의 발전에 관한 내용이 축약되어 있기 때문이다. 또한 본 연구에서 진행할 무빙 포스터의 디자인 특성 분석은 무빙 포스터나 이와 유사한 작품을 제작하고자 하는 사람들에게 하나의 ‘디자인 가이드라인’으로 기능할 수 있을 것이다.

제 2 절 연구 방법 및 범위

본 연구의 대상은 정적 포스터에 애니메이션이 더해진 디지털 스크린 기반 무빙 포스터다. 크게 보면 무빙 포스터에 속할 수도 있는, 사용자와의 상호작용에 따라 변하는 인터랙티브 포스터(Interactive Poster)는 연구의 범위가 지나치게 광범해진다고 판단하여 제외하였다. 연구 방법으로는 문헌 조사, 볼터와 그루신(Bolter&Grusin)의 재매개론을 적용한 무빙 포스터 분석, 무빙 포스터의 실제

작품 사례 조사 및 분석, 애니메이션 GIF 등 무빙 포스터와 유사 형식들 비교가 있으며 최종적으로 무빙 포스터 디자인의 특성을 정리한다.

연구의 세부 내용은 다음과 같다. 1장에서는 연구의 필요성과 목적, 방법과 범위를 작성하고 본 논문에서 사용되는 주요 용어들에 대해 정의하였다. 2장에서는 본 연구의 주요 분석틀인 볼터와 그루신의 재매개론을 소개하고, 무빙 포스터가 재매개한 과거 미디어인 인쇄 포스터와 동영상의 주요 특성과 구성 요소 관련 선행 연구를 살펴본다. 이를 통해 무빙 포스터의 구성 요소를 정리하여 무빙 포스터 디자인의 특성을 논의하기 위한 기준을 설정한다. 3장에서는 무빙 포스터 관련 작품 사례를 분석한다. 무빙 포스터, 모션 포스터 작품들을 분석하고 애니메이션 GIF(Animated GIF)와 시네마그래프(Cinemagraph) 등 정적 이미지와 동영상 사이에 분포하는 ‘움직이는 이미지’ 형식을 살펴본다. 4장에서는 무빙 포스터 디자인의 특성을 종합적으로 정리한다. 재매개 이론을 통해 무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성을 분석한다. 이후 무빙 포스터가 선행 미디어인 인쇄 포스터를 재매개한 부분, 동영상을 재매개한 부분으로 나누어 살펴본 후 각 선행 미디어를 차용했지만 무빙 포스터에서 변형된 부분들을 논의하며 무빙 포스터 디자인의 특성을 최종적으로 정리한다. 5장에서는 연구의 결론과 후속 연구를 제안하며 연구를 마무리한다.

제 3 절 용어 정의

무빙 포스터(Moving Poster), 모션 포스터(Motion Poster), 애니메이션

포스터(Animated Poster), 키네틱 포스터(Kinetic Poster) 등의 용어는 비교적 최근 들어 사용된다. 위의 용어들을 비롯하여 연구에서 주로 사용하는 핵심 용어들에 대한 간단한 정의를 작성하여 연구의 이해를 돕고자 한다.

1. 무빙 포스터(Moving Poster)

무빙 포스터(Moving Poster)는 디지털 사이니지, PC, 모바일 등 다양한 디지털 디스플레이를 통해 감상할 수 있는 ‘움직임이 있는 포스터’로 과거 인쇄 포스터에 애니메이션이 더해진 포스터이다. Sérgio와 3명(2017)의 연구에서는 무빙 포스터를 디지털 스크린의 잠재력을 탐험하고 매력적인 커뮤니케이션 형식을 창출하기 위해 움직임과 기존 인쇄 매체를 결합한 것이라고 말한다.² 샤우프(Schaub)와 브뤼크불(Brechbühl)에 의하면 무빙 포스터란 ‘인쇄 매체 포스터에서 주로 사용되던 세로 형식의 비율에, 하나 이상의 메시지 혹은 아이디어를 담고, 담겨진 아이디어의 전달력과 호소력을 향상시키기 위해 애니메이션 기법을 사용하는 포스터’로 규정하였다.³ 무빙 포스터는 주제나 분야를 가리지 않으며, 기술적으로는 avi, mp4 등 동영상 형식 혹은 gif 등 움직이는 이미지 형식으로 제작된다.

2 Rebelo, Sérgio et al., "Using Computer Vision Techniques for Moving Poster Design." *Proceedings of Sixth Ergotrip Design(ETD 17)*, (November 2017): 12.

3 Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

2. 인쇄 포스터

인쇄 포스터는 본 연구 내에서 무빙 포스터의 반대 개념으로 사용된다. 인쇄 포스터는 다양한 인쇄 기술 기반으로 만들어진 포스터들을 의미하며 벽, 기둥 등의 게시판에 부착되는 것을 전제로 주로 종이 매체로 제작된다. 최근에는 인쇄 포스터 이미지가 디지털 디스플레이에 게시되는 경우도 있다. 본 연구에서는 디지털 디스플레이를 통해 게시되는 애니메이션이 없는 포스터들도 인쇄 포스터라는 용어에 포함하여 사용하고자 한다.

3. 모션 포스터(Motion Poster)

모션 포스터는 정적인 영화 홍보 포스터에 움직임이 더해진, 디지털 디스플레이 기반의 모션 영화 포스터(Motion Movie Poster)를 의미한다. 모션 무비 포스터의 줄임말인 모스터(Moster, Motion Movie Poster)라고도 불린다. 해당 용어를 처음 고안해낸 키크네이션(GeekNation)⁴은 모션 포스터가 정적인 영화 포스터나 영화의 특정 장면에 움직임을 더한 20초 이내의 포스터이자 고해상도 애니메이션 클립이라고 설명한다.⁵⁶⁷⁸ 모션 포스터는 '영화'라는 주제에 국한하여 사용된

4 GeekNation은 2012년에 만들어진 a geek pop culture website 이다.(geeknation.com)

<https://www.syfy.com/syfywire/geeknation-publishing-lani-sarems-handbook-of-mortals-eyeing-feature-film-too>. 현재는 폐쇄 상태

5 Pruner A., "Geeknation's Mosters Bring a New Kind of Motion to Your Movie Poster." updated October 15, 2013, <http://iconsoffright.com/2013/10/15/geeknations-mosters-bring-a-new-kind-of-motion-to-your-movie-poster/>.

다는 점에서 다양한 주제를 포괄하는 무빙 포스터에 속한다고 볼 수 있다.

4. 애니메이션 포스터(Animated Poster)

애니메이션 포스터(Animated Poster)는 무빙 포스터와 거의 유사한 의미로 움직임이 있는 포스터 일반을 지칭할 때 사용된다. 무빙 포스터와 다른 특정 용례로 사용되는 경우도 있다. 실사 영화 등 원작이 애니메이션이 아닌 작품이 애니메이션 버전으로 출시된 경우나 실사 영화의 포스터가 카툰 스타일의 포스터로 만들어진 경우에도 애니메이션 포스터라는 용어를 사용한다.

5. 키네틱 포스터(Kinetic Poster)

키네틱 포스터(Kinetic Poster)라는 용어의 정리된 사전적, 학술적 정의는 찾을 수 없었지만 'Kinetic'이란 단어의 사전적 의미와 'Kinetic Poster'라는 용어의 검색 결과물들을 통해 통용되는 의미를 유추할 수 있었다. 'Kinetic'은 '운동의,

6 "Motion Poster." accessed October 8, 2019, [https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_\(motion_movie_poster\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_(motion_movie_poster)).

7 MCGREGOR LEWIS, "Bring Your Film Marketing to Life with a Motion Poster." updated July 14, 2017, <https://www.premiumbeat.com/blog/create-marketing-motion-poster/>.

8 STARK CLINTON, "Happy New Year: What Is a Moster?," Updated August 13, 2014, <https://www.starkinsider.com/2014/08/happy-new-year-moster.html>.

운동에 의해 생기는, 동역학의'라는 사전적 의미를 지닌다. 'Kinetic Poster' 검색 시 결과물들은 영화, 드라마, 음악, 상품 이미지 등 기존 콘텐츠를 주제로 한 작업보다는 기본 도형을 소재로 한 순수한 조형 요소들의 움직임과 운동성을 실험해보는 양상의 결과물들을 볼 수 있었다. 구글 트렌드를 통해 살펴봤을 때 '키네틱 포스터(Kinetic Poster)'라는 용어는 무빙 포스터(Moving Poster), 모션 포스터(Motion Poster), 애니메이션 포스터(Animated Poster)에 비해 사용 빈도가 낮았다.⁹

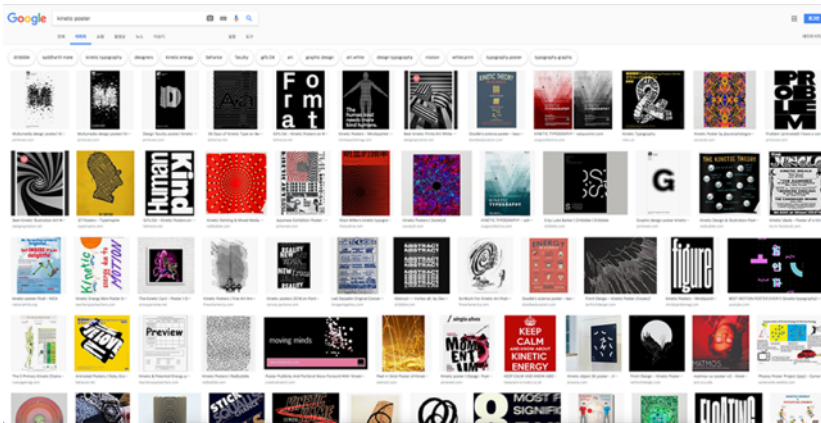


그림 2 google image에서 'Kinetic poster'로 검색한 화면

9 "Google Trends." accessed March 21, 2019,
<https://trends.google.co.kr/trends/explore?date=all&q=motion%20poster,moving%20poster,kinetic%20poster,animated%20poster>.

6. 참고: 구글 트렌드(Google Trends, 2019)¹⁰

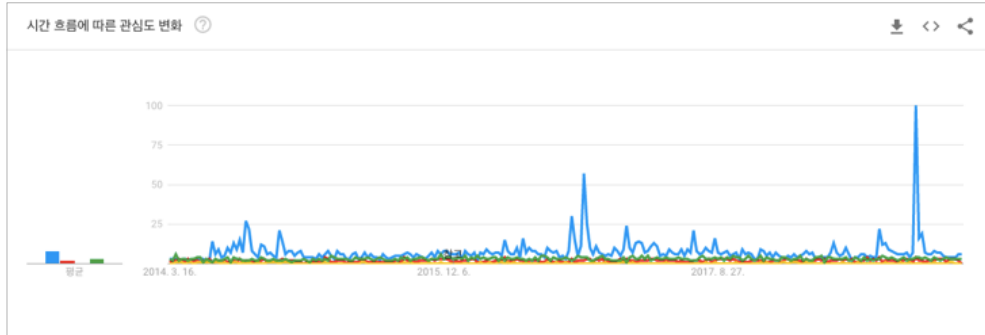


그림 3 구글 트렌드에서 지난 5년간 4가지 키워드의 관심도를 비교한 결과. 하늘색 'Motion Poster', 붉은색 'Moving Poster', 노란색 'Kinetic Poster', 녹색 'Animated Poster'.

연구지는 무빙 포스터와 관련된 다양한 용어들이 혼재적으로 사용되는 상황에서 무빙 포스터(Moving Poster), 모션 포스터(Motion Poster), 애니메이션 포스터(Animated Poster), 키네틱 포스터(Kinetic Poster) 등 용어에 대해 보다 명확한 구분을 짓고자 하였다. 연구 당시 용어별 사전적 정의나 학술 문헌이 충분하지는 않았기 때문에 문헌 조사와 더불어 구글 트렌드(Google Trends)를 통해 용어가 사용되는 양상을 유추하고자 하였다.

구글 트렌드에서 'Motion Poster', 'Moving Poster', 'Kinetic Poster', 'Animated Poster'를 지난 5년간(2019년 3월 기준) 나라별 검색 빈도, 관심도, 연관 검색어 현황을 통해 분석하였다. 세 가지 키워드의 관심도는 'Motion Poster': 'Moving Poster': 'Kinetic Poster': 'Animated Poster'는 약 8:2:0:3의 비율로 나타났다.

¹⁰ 위의 링크

'Motion Poster'에 대해 '관심도'가 가장 높은 나라는 인도(관심도 100)였으며 그외 스리랑카(80), 아랍에미레이트(25), 말레이시아(17), 필리핀(16)도 높게 나타났다. 특히 인도의 경우 전세계 'Motion Poster'의 연관검색어 중 상위 10개가 모두 인도에서 제작된 영화, 드라마와 연관되어 인도에서 'Motion Poster'라는 용어의 범용성을 알 수 있었다. 인도는 네 가지 키워드 중 'Motion Poster'가 86%, 'Animated Poster'가 12%, 'Moving Poster'가 2% 였고, 'Animated Poster'를 제외하면 세 가지 키워드 중 'motion poster'에 대한 비율이 98% 이상이었다.

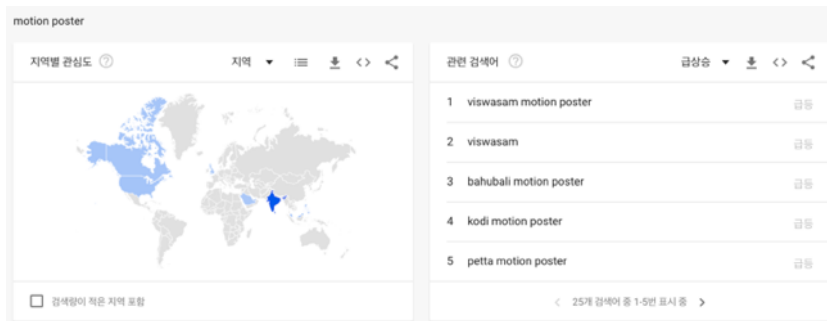


그림 4 구글 트렌드에서 'Motion Poster'에 대해 관심도가 높은 나라를 표시한 결과 (좌)와 연관 인기 검색어(우)

'Moving poster'에 대해 관심도가 높은 나라는 영국(100), 미국(85), 인도(37) 순이었다. 관련 검색어로는 순서대로 'large-format printing', 'photo printing store', 'digital passport photo', 'print brochures', 'printing poster' 였다. 'Kinetic Poster'에 대해 관심도가 가장 높은 나라는 미국(100) 한 나라 였으며, 연관 검색어도 1개가 나왔는데 'kinetic energy' 였다. 'Animated Poster'에 대해 관심도가 높은 나라는 필리핀(100), 인도(49), 미국(28), 영국(24)이 있었으며 출력된 연관 검색어는 'animated movies', 'batman the animated

series' 였다. 이를 통해 'Animated Poster'라는 용어는 기존 실사 영화가 2d, 3d 애니메이션으로 재탄생한 경우나 실사 영화 포스터를 애니메이션 스타일의 움직이는 포스터로 제작한 경우에 선호된다는 점을 추측할 수 있었다.

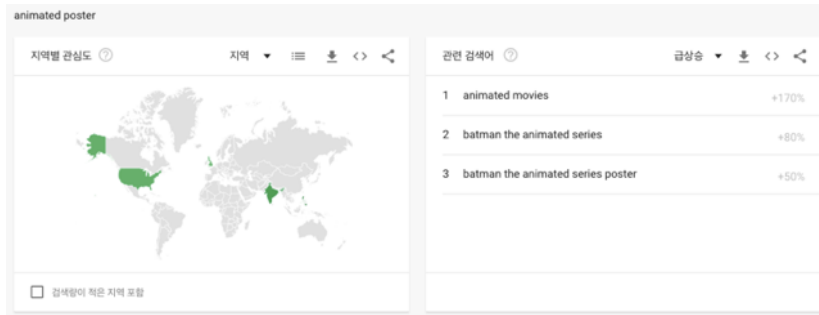


그림 5 구글 트렌드에서 'Animated Poster'에 대해 관심도가 높은 나라를 표시한 결과(좌)와 연관 인기 검색어(우)

제 2 장 무빙 포스터의 탄생과 재매개론

제 1 절 재매개론

1. 재매개론
2. 재매개론에 의한 무빙 포스터의 문화적 의미 획득

제 2 절 무빙 포스터의 탄생

1. 포스터의 발전
2. 포스터 정의의 변화

제 3 절 인쇄 포스터와 동영상의 구성 요소

1. 인쇄 포스터의 특성
2. 인쇄 포스터의 구성 요소
3. 동영상의 특성
4. 동영상의 구성 요소

제 5 절 무빙 포스터의 구성 요소

1. 무빙 포스터의 구성 요소
2. 커뮤니케이션
3. 형태

제 2 장 무빙 포스터의 탄생과 재매개론

2장에서는 무빙 포스터 분석의 틀인 재매개론을 소개한 후 무빙 포스터의 탄생에 영향을 미친 선행 미디어들을 살펴본다. 무빙 포스터 탄생에 영향을 준 선행 미디어들인 인쇄 포스터와 동영상의 기본적인 특성 및 구성 요소를 관련 문헌 조사를 통해 정리하고, 무빙 포스터 디자인의 특성을 분석하기 위한 기준을 설정한다.

제 1 절 재매개론

1. 재매개론

볼터와 그루신(Bolter & Grusin)이 주장한 재매개(Remadiation) 이론은 하나의 미디어를 계보학적 관점 하에 다른 미디어간의 관계 속에서 고찰하는 이론이다.¹¹ 재매개론에 따르면 특정 미디어는 독자적으로 발생하지 않고 유사한 선행

미디어를 포함한 다른 미디어를 표상한다. 예를 들어, 영화는 영화 이전의 유사 미디어인 '사진'보다 자신이 더욱 대상물을 생생하게 표상한다고 주장했고, 사진은 유사 미디어인 '회화'를 유사하게 비교 대상으로 삼으며 자신의 존재를 입증하는 방식으로 재매개해왔다.¹² 즉, 하나의 새로운 미디어는 홀로 발생하기 보다는 다른 미디어들과 끊임없이 서로 경쟁하고 영향을 주고받으며 존재를 입증해왔다.

재매개 이론은 급속하게 변화하는 현대의 디지털 미디어 환경을 설명할 때에도 유용한 단초가 될 수 있다.¹³ 과거 새로운 미디어가 발생할때와 마찬가지로 디지털 미디어 시대에서도 새로운 미디어의 발생시 과거 유사 미디어를 재매개한다. 레프 마노비치(Lev Manovich)는 그의 저서 『소프트웨어가 명령한다』에서 재매개론을 언급하며 오늘날의 모든 디지털 미디어가 실제 컴퓨터 이전 미디어와 동일하게 보이는 경우가 있다고 주장한다¹⁴. 예를 들어, 휴대전화로 촬영한 디지털 사진과 비디오, 개인 블로그와 인터넷 뉴스, 포토샵으로 제작한 일러스트레이션, 아비드로 잘라낸 극영화 등이 외양의 관점에서는 컴퓨터 이전 미디어와 동일하게 보인다. 그렇지만 디지털 파일로 스캔한 회화 이미지와 회화 원본, 인터넷 뉴스와 신문 등은 유사하면서도 서로 다른 특성을 갖는다. 유사 계보를 보유하는 미디어들을 재매개론 관점에서 분석하면 새로운 미디어들의 특성을 상당 부분 설명할 수 있다.

11 J. David Bolter and Richard Grusin, *재매개: 뉴미디어의 계보학*, trans. 이재현 (Seoul: Communication Books, 2006), vi-ix.

12 위의 책, 20-34.

13 Sung Hye Chung, "Study on the Logic of Remediation in Tv Advertising." *Journal of Communication Science* 14, no. 4 (December 2014): 2.

14 Lev Manovich, *소프트웨어가 명령한다*, trans. 이재현 (Seoul: Communication Books, 2014), 76-77.

마찬가지로, 무빙 포스터 또한 재매개론을 통해 분석할 수 있다. 무빙 포스터는 무빙과 포스터의 합성어로 선행 미디어인 인쇄 포스터와 동영상 미디어의 특성이 더해지며 탄생한 것이다. 인쇄 포스터, 동영상, 모션그래픽 등 연관 미디어의 특성을 조사하면 무빙 포스터 디자인의 특성을 분석하는 데 있어 적절한 기준점을 마련할 수 있다.

2. 재매개론에 의한 무빙 포스터의 문화적 의미 획득

앞서 설명했던 재매개론을 통해 무빙 포스터가 사회적으로 어떠한 의미를 얻고 있는지 살펴본다. 재매개론에 의하면 무빙 포스터는 독자적으로 발생한 형식이 아니며 연관 선행 미디어들을 재매개하고 있다.

무빙 포스터는 무빙(Moving)과 포스터(Poster)의 합성어로 용어에서부터 알 수 있듯이 크게 인쇄 포스터와 동영상 두 가지 선행 미디어를 차용한다. 즉, 무빙 포스터는 인쇄 포스터와 동영상(영화, TV 프로그램, 광고 등)미디어 사이를 진동하며 자신의 문화적 의미를 획득하고 있다. 스위스에서 매년 열리는 그래픽 디자인 페스티벌인 Weltformat Graphic Design Festival에서 무빙 포스터 전시 세션을 기획했던 샤우프(Schaub) 또한 유사한 주장을 한다. 그는 무빙 포스터가 인쇄 포스터(Pure Poster Design)과 영화적 접근(Cinematic Approach)사이 스펙트럼의 어딘가에 분포한다고 이야기한다.¹⁵

보다 구체적으로 각 선행 미디어를 언급한 예시이다. 무빙 포스터는 인쇄 포스터에 움직임 요소를 추가함으로써 인쇄 포스터를 ‘개선’했다고 주장한다. 인쇄

15 Schaub Josh. accessed October 8, 2019, <http://www.themovingposter.com/>.

포스터에 비해 사용자의 관심을 끌고 포스터의 메시지를 보다 잘 각인시키고자 부분적인 움직임을 사용한 ‘새로운 형식의 포스터’라는 주장¹⁶이 그것이다. 한편, 무빙 포스터는 유사한 기능을 하던 광고, 티저 영상 등 기존 동영상 미디어와도 비교된다. 무빙 포스터는 바쁜 현대인들에게 짧은 재생시간과 상시적인 정보 표시로 포스터 안의 내용과 메시지를 효과적으로 전달할 수 있는 형식이다. 무빙 포스터는 긴 재생시간과 오랜 관심을 필요로 하는 ‘일반 동영상 미디어에 비해 우위를 가진다고도 볼 수 있다.

이처럼 무빙 포스터는 인쇄 포스터와 동영상의 스펙트럼 사이에 분포하며 양쪽 미디어의 특성을 차용하고 재매개하며 스스로 사회적, 문화적 의미를 획득하고 있다. 따라서 무빙 포스터 디자인의 특성을 분석하기 위해서는 인쇄 포스터와 동영상 미디어에 대한 조사가 필요하다고 보았다.

제 2 절 무빙 포스터의 탄생

무빙 포스터가 탄생하기까지 전통적인 포스터의 변천과정을 살펴보았다. 미디어, 기술의 발전과 함께한 포스터는 공고의 형식에서 시작해 인쇄, 사진, 컴퓨터

¹⁶ Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

그래픽, 인터넷 등 시대의 기술과 미디어를 선택해왔고 현재 무빙 포스터의 단계까지 도달하게 된다.

1. 포스터의 발전

포스터(Poster)란 전달하고자 하는 내용을 일반 대중에게 널리 알리기 위해 문자, 그림, 사진 등을 사용하여 다양한 인쇄 방법으로 대량 복제해 벽면에 부착하는 선전 광고 매체를 뜻한다.¹⁷ 포스터는 기둥의 의미인 포스트(post)에서 유래 하였으며 이는 광고나 벽보의 대부분이 기둥에 부착되기 때문이었다.¹⁸

『포스터의 역사(A Concise History of Posters)』의 저자 존 바니콧(1972)에 의하면 대중에게 널리 알린다는 ‘공시(公示)’는 오랜 역사를 갖고 있고 그 기원은 고대로까지 거슬러 올라가지만, 1477년 윌리엄 캐스턴이 제작한 영국 최초의 인쇄광고와 같은 예에서 포스터 특유의 커뮤니케이션 형식이 발전하기 시작했다고 본다(그림6).¹⁹

17 "The Academy of Korean Studies," accessed March 9, 2019,
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=531534&cid=46660&categoryId=46660>

18 영화 고 외, *디자인 사전* (서울:안그래픽스, 2000), 42.

19 Barnicoat John, *포스터의 역사*, trans. 김숙 (서울:시공사, 2000), 8.

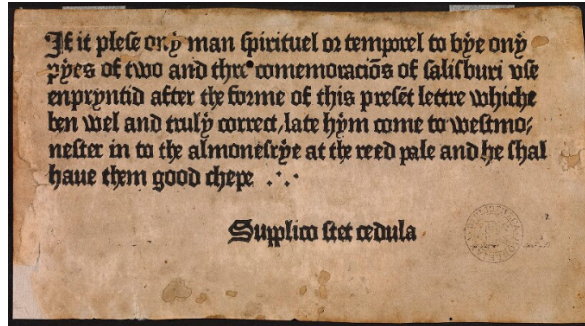


그림 6 윌리엄 켈스턴, 《솔즈베리 교구 전례 지침》의 출간을 알리는 포스터로 현존하는 영국 최초의 포스터이다.

광고, 공고를 위해 대량 생산되어 부착되었던 포스터의 특성상, 인쇄 기술의 발달과 변화는 포스터와 같이 하게 된다. 『그래픽 디자인의 역사』의 저자 필립.B 맥스에 의하면 1827년에 발명된 표제용 인쇄를 위한 목판 활자용 대패는 포스터 및 브로드시트의 디자인에 뚜렷한 영향을 미쳤다. 순회 서커스단과 공연단 및 새로운 철도 사업에 이르기까지 다양한 수준의 고객들이 원하는 공공포스터에 대한 수요의 증대가 자극이 되어 표제용 활판 인쇄를 전문적으로 하는 포스터 제작소들이 생겨났다. 이 당시의 포스터는 20세기적 의미에서의 그래픽 디자이너의 작업은 포함되지 않았고, 식자공이 고객들과의 상담을 통해 활자상자에 보관되어 있는 활자체, 패션, 장식, 그리고 목판이나 금속 연판으로 된 삽화를 선택하여 조판하였다.²⁰

20 Philip B. Meggs, *그래픽 디자인의 역사*, trans. 황인화 (서울:미진사, 2011), 160.



그림 7 목판 활자 포스터 예시

목판 활자의 출현으로 발전하였던 포스터는 1870년 이후의 석판 인쇄 개발로 인해 더욱 풍부한 색채가 더해지고 회화적으로 발전하였다. 존 바니콧은 우리가 알고 있는 포스터 형식은 석판 인쇄술의 기술적 개량과 쥘 셰레(Jules Chéret, 1836-1933)라는 인물의 출현이 합치된 시점에서 시작되었다고 말했다.²¹ 채색 석판 인쇄술 하에서 디자인은 조판공의 금속 인쇄판 위가 아닌 화가들의 화판 위에서 이루어졌다. 석판 인쇄는 정보 전달 체계에 있어 회화적인 접근을 가능하게 하는 기술이었다.²² 이어받아야 할 전통의 구속이나 활자 종류의 부족에 따르는 압박감 없이 디자이너는 그들의 기호에 맞는 어떤 글자체라도 고안해 낼 수 있었으며 다른 인쇄 매체 어느 것에서도 구할 수 없는 밝고 생생한 색채를 창조해 낼 수 있었다.²³

21 Barnicoat John, *포스터의 역사*, trans. 김숙 (서울:시공사, 2000), 7.

22 Philip B. Meggs, *그래픽 디자인의 역사*, trans. 황인화 (서울:미진사, 2011), 183.

23 위의 책, 180.



그림 8 쥘 세레(좌), 톨르즈 로트렉(우)

20세기 초반 베른하르트 등의 디자이너는 그래픽 커뮤니케이션을 자연주의의 단순화와 간략화에서 발전시킨 ‘형태와 기호의 시각 언어’로 만들었다.²⁴ 1차 세계 대전(1914-1918) 기간에는 라디오를 포함한 전파 매체에 비해 급격한 진보를 이룬 인쇄 기술로 인하여 프로파간다와 시각적 설득의 주요 수단으로 포스터가 널리 활용되었다.²⁵ 이후 20세기를 거치며 바우하우스의 영향을 받아 레터링과 레이아웃 등 디자인적 근대화가 이루어졌다.²⁶

24 위의 책, 289.

25 위의 책, 290.

26 Soo-Kyung Kong, "Proposal for New Type of Poster, Interactive Motion Poster." *Journal of Digital Contents Society* 19, no. 9 (September 2018): 1681.

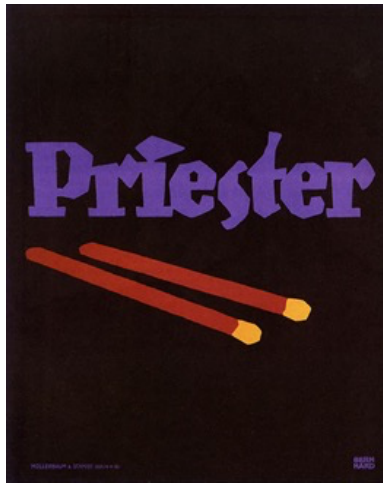


그림 9 루시엔 베른하르트(좌, 1905), 요스트 슈미트(우, 1923)



그림 10 헤르베르트 마터(좌, 1934)(우, 1935)



그림 11 요제프 뮐러 브로크만(좌, 1975), (우, 1960)

1980년대 컴퓨터와 디지털 기술의 대중화는 포스터의 표현 방법과 더불어 제작 과정, 표현 매체, 제작 형식, 그리고 관객과의 커뮤니케이션에도 변화를 가져왔다.²⁷ 디지털 기술의 대중화는 포토샵 등 디지털 저작 소프트웨어를 통한 인쇄 포스터 표현 방식의 발전과 인쇄기술의 발달을 촉진시켰다.

27 위의 논문, 1681.

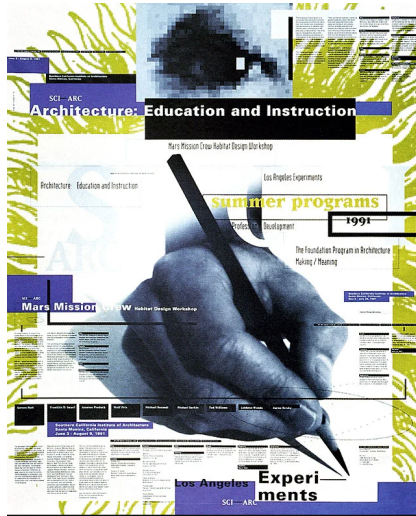


그림 12 에이프릴 그레이먼, Summer Programs Poster for Southern California Institute of Architecture, 1991

2000년대 이후 포스터를 붙였던 기둥이나 벽면은 디지털 디스플레이로 채워졌다. 모바일 기기를 비롯한 N-SCREEN 시대가 도래하면서 시각적 정보를 수용하고 드러내는 미디어는 인쇄 매체에서 디지털 디스플레이 매체로 옮겨갔다. 그중에서도 특히, 기차역과 공항 등에 생겨나는 각종 디지털 디스플레이와, 비디오 콘텐츠를 수용하기 시작한 소셜 미디어 플랫폼의 발달은 무빙 포스터라고 명명할 수 있는 새로운 형식의 포스터를 탄생시켰다.²⁸

28 Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation," updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

2. 포스터 정의의 변화

포스터의 어원에서도 알 수 있듯이 과거 ‘포스터’에 대한 정의들은 대부분 ‘인쇄’, ‘벽이나 기둥에 부착’의 키워드를 포함한다.²⁹ 하지만 디지털 디스플레이를 통해 다양한 홍보물을 게시하는 시대의 흐름은 기존 포스터의 정의도 변화시켜 최근 포스터의 정의에서 ‘인쇄’, ‘부착’이라는 키워드가 사라져가고 있다. 미국 최초의 포스터 박물관인 Poster House의 수석 큐레이터 리퍼트(Lippert, 2018)는 “포스터란 특정 아이디어, 생산물, 행사 등의 일시적인 홍보물로 대량 소비를 위해 공공 공간에 게시되는 것들”이라고 이야기한다.³⁰ Adobe에서 운영하는 시각 예술 분야 온라인 포트폴리오 플랫폼 Behance의 ‘Graphic Design - Poster’ 섹션에서는 포스터의 정의를 “공공장소에서 아이디어, 제품 또는 이벤트를 홍보하는 시선을 끄는 유용한 그래픽 디자인”이라고 규정하고 있다.³¹ 이러한 예시들은 더 이상 포스터라는 미디어가 인쇄 매체 기반으로만 존재하지 않는 현시대의 상황을 반영한다.

29 Hyeyeon Chun, "A Study on the Logic of Remediation in Moving Poster." *The Korean Society of Science & Art* 37, no. 5 (December 2019): 323.

30 Angelina Lippert, "What Is a Poster." updated August 18, 2017, <https://posterhouse.org/what-is-a-poster/>.

31 "Poster." accessed January 29, 2021, <https://www.behance.net/galleries/graphic-design/poster>.

제 3 절 인쇄 포스터와 동영상의 구성 요소³²

무빙 포스터는 기존의 인쇄 포스터 혹은 디지털 디스플레이에 띄워지던 정적인 포스터에 움직임이라는 동영상의 특성이 추가된 것으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 무빙 포스터 디자인의 특성을 세부적으로 논의하기 위해서는 무빙 포스터를 탄생시킨 선행 미디어들인 인쇄 포스터와 동영상 미디어에 대해 이해하는 과정이 필요하다고 보았다. 이에 따라 각 미디어별 기본적인 특성을 정리하고, 이후 인쇄 포스터와 동영상 디자인의 구성 요소에 관한 선행 연구들을 참조하여 무빙 포스터 디자인의 특성을 분석하기 위한 기준을 정립하고자 하였다.

1. 인쇄 포스터의 특성

인쇄 포스터(Poster)는 전달하고자 하는 내용을 일반 대중에게 널리 알리기 위해 문자, 그림, 사진 등을 사용하여 다양한 인쇄 방법으로 대량 복제해 벽면에 부착하는 선전 광고 매체를 뜻한다.³³ 포스터는 제작 목적에 따라 상품의 구매를 일으키기 위한 상품포스터, 정치인 및 후보들의 선전을 위한 정치포스터, 공공 캠페인이나 계몽을 위한 사회포스터, 관광안내나 전시, 영화를 알리는 문화포스터 등으로 구분할 수 있다.³⁴

32 2장 3절과 4절은 연구자의 게재논문 내용을 발췌시킴. Christine Hyeon Chun, "A Study on the Elements of Moving Poster Design," *Journal of Korea Multimedia Society* 23, no. 2 (2020): 361-67.

33 "The Academy of Korean Studies." accessed March 9, 2019, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=531534&cid=46660&categoryId=46660>

유럽에서는 ‘거리의 벽화’라는 의미로 전시장 등의 공간에서 보여지기 보다는 개방된 공간에서 감상자에 대한 대량 전달의 기능을 하는 예술의 한 형태로 간주된다.³⁵ 매스 미디어와 뉴미디어의 발달로 포스터는 다른 여러 매체와 기능적인 면에서 경쟁하기 위해 표현 양식이 다양화되고 있다.³⁶ 결국 포스터는 정보 전달과 상품 광고 기능을 넘어 시대의 트렌드와 시각 문화를 반영하는 예술적 표현의 장이라고도 볼 수 있다.

2. 인쇄 포스터의 구성 요소

포스터의 구성요소에 관한 선행 연구로 윤학중(1997)³⁷, 정정숙(2004)³⁸, 이은정(2013)³⁹의 연구를 참조하였다. 윤학중(2003)과 정정숙(2004)은 포스터의 구성 요소를 크게 카피(언어적 요소)와 아트웍(시각적 요소)으로 구분하였다. 다수의 선행연구를 참조하여 구성요소를 재정리한 이은정(2013)은 언어적 요소, 시각적 요소, 기타 요소 세 가지로 분류하였다. (표1)

34 Soo-Kyung Kong, "Proposal for New Type of Poster, Interactive Motion Poster." *Journal of Digital Contents Society* 19, no. 9 (September 2018): 1681.

35 영화 고 위, *디자인 사전* (서울:안그라픽스, 2000), 42.

36 위의 책, 42.

37 HJ Yoon, "A Study on Advertising Design Education." *Journal of Arts and Design* 3 (1997): 71-124.

38 Jung-Sook Chung, "Impacts of Message Components of City's Travel Poster on Destination Image." *Journal of Tourism and Leisure Research* 16, no. 2 (May 2004): 161-71.

39 Eun Jung Lee and Kye Young Jang, "Development of the Checklist of Idea Converging for Poster Design Work -with Centered on Application of Qfd(Quality Function Deployment) Technique-." *Design Convergence Study* 12, no. 6 (December 2013): 272-82.

	구성 요소 구분	
윤학중(1997)	카피	헤드라인, 서브 헤드라인, 바디카피, 슬로건
	아트웍	사진, 일러스트레이션, 썸네일 스케치, 보더라인, 레이아웃, 타이포그래피
정정숙(2004)	언어적 요소	'문자'등의 언어적 전달 메시지
	시각적 요소	레이아웃, 로고, 일러스트, 사진, 색상, 사이즈
이은정(2013)	언어적 요소	타이포그래피
	시각적 요소	주제개체, 부주제개체, 표현재료, 표현기법, 레이아웃, 일러스트레이션, 사진, 주소색, 보조색
	기타 요소	여백, 사이즈

표 1 인쇄 매체 포스터 디자인의 구성 요소 선행 연구 요약

위의 연구 결과들을 종합하여 연구자는 인쇄 포스터의 구성 요소를 크게 '언어적 요소, 시각적 요소, 기타'로 나누었다.(표2) 언어적 요소는 '포스터의 메시지 및 문자 요소' 모두를 포함하고, 시각적 요소는 '그래픽 요소, 기법과 스타일, 레이아웃'을, 기타 요소에는 '여백, 사이즈, 게시 장소'를 세부 구성요소로 정리하였다.

인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	
언어적 요소	포스터의 메시지 및 문자 요소
시각적 요소	그래픽 요소(사진, 그림, 타이포그래피 등), 기법/스타일, 레이아웃
기타 요소	여백, 사이즈, 게시 장소

표 2 인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소

3. 동영상의 특성

영상매체는 그림, 사진, 그래픽 등 화상이나 도상에는 없는 이미지의 역동성과 복합 감각에 호소하는 특징을 가진다.⁴⁰ 이는 영상매체의 범주에서 사진을 제외시키는 특징이자 동시에 매체 기술적 관점에서 영상매체를 영화, 텔레비전, 비디오, 멀티미디어로 분류하는 개념적 특징이기도 하다.⁴¹ 영상매체는 문자, 음성, 영상이 결합된 복합 감각에 호소하기 때문에 신문이나 라디오처럼 시각이나 청각의 단일 감각에 호소하는 매체보다 훨씬 더 구체적이고 효율적으로 정보를 전달한다.⁴²

최초의 영화는 1895년 뤼미에르 형제가 개발한 시네마토그래프(Cinematograph)로 필름에 기록된 화상을 스크린 위에 영상으로 투영하여 움직임을 재현하였다. 2차 대전 종료와 함께 텔레비전의 급격한 보급 등에 힘입어 대중매체는 인쇄매체에서 전자매체 중심의 커뮤니케이션 체제로 전환하였다⁴³. 이후 컴퓨터를 필두로 한 뉴미디어의 급격한 발전과 대중화는 인쇄, 방송, 영상 등이 통합되는 멀티미디어 경향을 보이고 있다.

40 Se-In Oh, *영상매체란 무엇인가* (서울:커뮤니케이션북스, 2004), 73.

41 위의 책, 73.

42 위의 책, 75.

43 위의 책, 31.

4. 동영상의 구성 요소

동영상 미디어의 구성 요소에 대해서는 연구자들마다 조금씩 편차가 존재한다. 『영상 제작의 미학적 원리와 방법』의 저자 허버트 제틀은 영상의 구성 요소를 빛과 색, 공간, 시간, 동작, 음향으로 분류하였다⁴⁴. 서던 캘리포니아 대학교(USC) 교수이자 프로듀서로 활동했던 부루스 블록(Bruce Block)은 저서 『The Visual Story』를 통해 영상을 구성하는 시각 요소를 공간 (Space), 선과 형태(Line and Shape), 톤(Tone), 색상(Color), 움직임(Movement), 리듬(Rhythm)의 6가지로 분류하였다⁴⁵.

스토리나 내러티브를 영상의 구성 요소로 포함할지의 여부는 영상의 구성 요소를 형태적인 측면에서만 구분하는지, 혹은 커뮤니케이션 영역까지 포함하여 구분하는지에 따라 나뉜다. 부루스 블록은 ‘스토리’를 영상의 구성요소로 언급하지는 않았지만 그의 저서 『The Visual Story』에서 한 챕터를 스토리에 할당하였으며, 스토리는 광고, 비디오 게임, 다큐멘터리, TV프로그램, 영화 시나리오 등 어떤 것도 될 수 있다고 이야기한다⁴⁶. 『영상 이미지의 구조』의 저자 주창윤(2003)은 내러티브(서사)는 영화, 텔레비전, 광고 등 동영상 분야에서 커뮤니케이션의 핵심 요소이며, 인쇄광고, 사진 등은 시간의 흐름이 중요하지 않은 비서사적 텍스트라고 언급하였다.⁴⁷

44 Zettl Herbert, *영상 제작의 미학적 원리와 방법*, Trans. 박덕춘 (서울:커뮤니케이션북스, 2016), 19.

45 Bruce A Block. *비주얼 스토리 : 영상구조의 연출 - 영화, 방송, 애니메이션, 디지털 미디어를 위하여*. Trans. 민경원 (서울:커뮤니케이션북스, 2010), 2.

46 위의 책, 232.

47 Chang Yun Joo, *영상 이미지의 구조* (과주:나남, 2003), 165.

무빙 포스터와 비슷한 형식의 합성어인 ‘모션 그래픽(Motion Graphic)’의 구성 요소에 대해 분석한 선행 연구들에서도 ‘형태’와 ‘커뮤니케이션’으로 구성요소를 나누었다. 모션 그래픽이란 ‘모션’과 ‘그래픽’의 합성어로 모션 그래픽은 움직이는 그래픽을 말한다. 즉, 일러스트레이션, 애니메이션, 사진, 타이포그래피, 사인, 심볼, 아이콘 등 다양한 형태의 그래픽 요소들에 디자인의 조형적 요소와 시간이 동반된 움직임이 추가되어 표현된 것이다.⁴⁸ 조용근(2009),⁴⁹ 이윤정(2012),⁵⁰ 강태임(2013)⁵¹ 등 모션 그래픽의 구성 요소를 연구한 기존 연구자들은 대부분 형태적인 측면과 커뮤니케이션 측면으로 모션 그래픽의 구성 요소를 나누었다. 선행 연구들을 표로 정리하면 표3와 같다.

48 Tae Yim Kang, "Motion Graphic Case Studies on the Advertisements by Analysing Visual Communication Elements." *Journal of Korea Design Knowledge* 26 (June 2013): 303-4.

49 Yongkeun Cho, "A Study on the Classification System of the Motion in Motion Graphics." *Journal of Digital Design* 9, no. 1 (2009): 119-30.

50 Yunjung Lee, "An Analysis of Expression According to Elements of Motion." *Journal of Korea Design Knowledge* 22 (2012): 139-48.

51 Tae Yim Kang, "Motion Graphic Case Studies on the Advertisements by Analysing Visual Communication Elements." *Journal of Korea Design Knowledge* 26 (June 2013): 301-10.

동영상 구성 요소			
영상 구성 요소	허버트 제틀	빛과 색, 공간, 시간, 동작, 음향	
	브루스 블록	공간, 선과 형태, 톤, 색상, 움직임, 리듬 + 스토리	
모션 그래 픽의 구성 요소	조용근(2009)	형태	시간, 움직임, 형태와 배경, 색상, 사운드
		커뮤니케이션	기호, 레토릭, 내러티브, 인터랙티브
	이윤정(2012)	형태	그래픽, 움직임, 사운드
		커뮤니케이션	기호, 내러티브
	강태임(2013)	형태	시간, 움직임, 그래픽, 문자, 사운드
		커뮤니케이션	내러티브 스토리텔링, 인터랙티브, 심볼/아이콘, 메타포

표 3 모션 그래픽의 구성 요소 선행 연구 요약

제 4 절 무빙 포스터의 구성 요소

1. 무빙 포스터의 구성 요소

인쇄 포스터와 동영상의 구성 요소에 관련된 대다수의 선행 연구들은 시각·형태적 측면과 커뮤니케이션 측면의 구분을 두고 있었다. 앞서의 연구 내용들을 바탕으로 무빙 포스터 디자인을 구성하는 요소를 정리하고자 하였다. 3절 2에서 인쇄 포스터의 구성 요소는 크게 ‘언어적 요소, 시각적 요소, 기타’로 나뉘었다.(표 4)

인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	
언어적 요소	포스터의 메시지 및 문자 요소
시각적 요소	그래픽 요소(사진, 그림, 타이포그래피 등), 기법/스타일, 레이아웃
기타 요소	여백, 사이즈, 게시될 장소

표 4 인쇄·정적 포스터 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소

동영상의 구성 요소에 관한 선행연구들 또한 크게 ‘형태’, ‘커뮤니케이션’으로 구분할 수 있었다.(표5)

동영상 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소	
커뮤니케이션	내러티브(스토리), 인터랙티브, 기호
형태	그래픽, 시간, 사운드, 움직임

표 5 동영상 디자인 구성 요소/고려해야 할 요소

무빙 포스터 또한 대중에게 호소하고 메시지의 전달력을 높이기 위해 조형적 요소와 움직임을 결합하는 미디어로 ‘형태/시각적 요소’, ‘커뮤니케이션/언어적 요소’의 구분은 적절하다고 판단하였다. 다만 무빙 포스터는 사운드 등 시각 외의 감각 영역이, 메시지와 정보 전달 외에 내러티브(스토리) 요소가 포함될 수 있기 때문에 인쇄 포스터에서의 구분 기준인 ‘언어적 요소’와 ‘시각적 요소’ 보다는 ‘형태’와 ‘커뮤니케이션’을 적용하였다. ‘커뮤니케이션’에는 ‘메시지’, ‘스토리’, ‘기호’가, ‘형태’에는 ‘그래픽’, ‘시간’, ‘사운드’, ‘움직임’이 세부 요소로 포함된다. 그 외에 무빙 포스터가 게시되는 장소, 기기, 화면 비율 등의 요소는 기타로 구분하였다.(표6) 구성 요소에 따른 분석 기준은 표7와 같다.

무빙 포스터 구성 요소	
커뮤니케이션	메시지, 스토리, 기호
형태	그래픽, 시간, 움직임, 사운드
기타	미디어, 플랫폼, 화면 비율

표 6 무빙 포스터 구성 요소 대분류

무빙 포스터 분석 기준		
커뮤니케이션	메시지, 스토리/내러티브, 기호	포스터의 분류/메시지
		스토리의 존재 여부
형태	시간	재생 시간, 정보 표시 시간
	움직임	그래픽 요소(오브젝트)의 동작(이동, 생성, 회전, 색상 변화 등)
		카메라의 동작(줌, 달리, 틸트 등)
		시퀀스의 동작(컷, 와이프, 디졸브 등 화면 비율 변화, 장면 전환)
	그래픽	포스터에 사용된 그래픽 요소(사진, 일러스트레이션, 실사 영상, 타이포그래피 등), 레이아웃
사운드	사용 여부, 종류	
기타	미디어	스마트폰, PC, 디지털 사이니지, 대형 옥외광고 등
	플랫폼	웹, SNS, 오프라인 장소 등
	화면 비율	가로형, 세로형, 정방향, 사이즈

표 7 무빙 포스터 분석 기준

2. 커뮤니케이션

커뮤니케이션 부분은 메시지, 스토리/내러티브, 기호로 구분하였다. 메시지는 상품 광고, 행사 안내, 선전 및 정치, 정보 전달, 조형 실험 등 포스터의 종류나 포스터를 통해 전달하고자 하는 구체적인 메시지들이다. 내러티브는 이야기의 가장 작은 단위인 신(scene)부터 사건의 인과관계의 연결인 플롯(plot), 그리고 최종 형태인 내러티브 스토리텔링(narrative storytelling)까지를 의미한다.

3. 형태

무빙 포스터의 형태를 구성하는 요소는 ‘그래픽(Graphic)’, ‘시간(Time)’, ‘사운드(Sound)’, ‘움직임(Movement)’, 으로 나누었다.

1) 그래픽

그래픽은 사진, 일러스트레이션, 타이포그래피, 색, 다이어그램 등의 그래픽 요소와 그래픽 요소들을 통한 레이아웃, 그래픽의 스타일까지를 의미한다. 그래픽 요소는 시간 축에서 크기와 위치 등의 변화로 3차원적 깊이를 창출해내거나 메시지를 전달한다.

레이아웃(layout)은 그래픽 디자인의 가장 기본적인 고려 사항으로 그래픽 요소들을 배치하여 정보의 우선순위를 드러내는 기능을 한다. 무빙 포스터에서는 인쇄 매체 포스터와 달리 움직임이 포함되기 때문에 움직임에 따른 레이아웃의

변화도 그래픽에 함께 포함된다.

2) 시간

영상에서의 시간은 객관적 시간(물리적인 시간)과 주관적인 시간으로 나뉜다. 객관적 시간은 장면의 길이를 나타내는 시간을 의미하고, 주관적 시간은 관객이 느끼는 심리적 시간이다.⁵² 객관적 시간은 TV 프로그램의 경우 스폿 시각, 진행 시간, 시퀀스 시간, 장면 시간, 샷 시간, 스토리 시간 등이 있다.⁵³ 객관적 시간과는 달리 주관적 시간은 과학적 방법으로 측정하기가 어렵기 때문에 논리보다는 직관과 신중한 판단이 요구된다. 주관적 시간은 ‘사건의 밀도’, ‘사건의 강도’, ‘경험의 강도’에 영향을 받는다.⁵⁴

주관적 시간에 관한 내용은 정확한 측정이나 분석이 어렵기 때문에 객관적 시간 중 한 종류인 재생 시간(Running Time)을 우선적으로 살펴본다. 또한

52 Namhoon Kim, "A Study on the Morphological Analysis of Components in Motion Design." *Journal of Basic Design and Art* 8, no. 2 (2007): 64.

53 스폿 시각(spot time)은 시간이 연속선상에서 정확히 어떤 지점을 나타내고 하나의 사건이 언제 발생되는가를 표현해 준다. 진행시간(running time)은 프로그램의 전체 길이를 말한다. 시퀀스 시간(sequence time)은 진행 시간의 한 부분이다. 시퀀스는 하나의 유기적인 전체를 이루는 서너 개 장면들의 집합이다. 각 시퀀스는 명확히 확인할 수 있는 시작과 끝을 가지고 있다. 장면 시간(scene time)은 장면의 길이를 보여주는 것으로서 시퀀스 시간의 한 부분이다. 장면은 명확하게 구분할 수 있는 유기적인 사건의 작은 부분을 말한다. 장면은 보통 하나의 스토리 시간이 진행되는 동안에 어느 한 장소에서 이루어지는 행동을 표현한다. 장면 시간은 그 장면의 시계상의 지속 시간을 의미한다. 샷 시간(shot time)은 한 샷의 길이이다. 샷 시간은 장면 시간의 한 부분으로서 텔레비전 프로그램에서 사용하고 있는 가장 짧은 객관적 타이밍을 나타낸다. 샷 시간이란 컷과 컷의 연결 혹은 디졸브와 와이프의 방법을 통하여 다른 영상과 이어지는 사이의 시간적 간격을 말한다. 스토리 시간(story time)은 화면상으로 표현된 사건의 객관적 시간의 길이를 나타낸다. Se-In Oh, *영상매체란 무엇인가* (서울:커뮤니케이션북스, 2004), 250-252,

54 Zettl Herbert, *영상 제작의 미학적 원리와 방법*, Trans. 박덕훈 (서울:커뮤니케이션북스, 2016), 301.

포스터로서 재생 시간 대비 메시지나 필수 정보를 표기하는 시간을 측정하는 것이 일반 동영상 미디어와 구분되는 무빙 포스터의 기본적인 기능을 측정하는데에 하나의 지표로서 기능할 수 있을 것이라 판단하였다. 따라서 재생시간과 정보표시 시간을 분석 기준으로 정했다.

3) 움직임

스크린 상에서의 움직임은 움직임의 주체에 따라 오브젝트의 움직임, 카메라의 움직임, 관객 시선의 움직임으로 나누거나, 움직임의 속성인 속도, 방향, 변형, 동작으로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 허버트 제틀이 오브젝트의 움직임, 카메라의 움직임, 화면 전환의 3가지로 구분한 기준이 무빙 포스터의 속성을 살펴볼 때에도 적절하다고 판단하여 따르고자 한다.

허버트 제틀은 『영상 제작의 미학적 원리와 방법』에서 움직임을 제1동작, 제2동작, 제3동작으로 나누었다. 제1동작은 연기자, 자동차, 개를 피해 도망가는 고양이처럼 피사체의 동작으로 항상 카메라 앞에서 이루어진다. 제2동작은 줌을 포함한 팬, 틸트, 페데스탈, 붐, 달리, 트럭, 아크 등과 같은 카메라의 동작이다. 제3동작은 시퀀스의 동작으로 샷의 변화에 의한 동작이나 리듬인 컷, 디졸브, 페이드, 와이프 등 화면 전환을 의미한다.⁵⁵

4) 사운드(음향)

음향과 소음은 귀로 들을 수 있는 물체나 공기의 진동이다. 사운드는 일반적인 동영상 미디어에서는 필수적인 요소로 언급되지만, 앞서 살펴본 무빙 포스터 작업들에서는 사운드를 사용하는 경우 아닌 경우 모두 존재하였다. 무빙 포스터에서 사운드의 기능은 무엇인지, 무빙 포스터와 일반 동영상 미디어에서 사운드

55 위의 책, 339-40.

의 차이는 왜 발생하는지 알아보기 위해 사운드의 사용 여부와 BGM, 내레이션 및 대화, 효과음을 비롯한 음향과 의도되지 않은 소리인 소음의 사용여부 등을 추후 무빙 포스터 정밀 분석에서 살펴보고자 한다.

제 3 장 무빙 포스터의 개념과 사례 연구

제 1 절 무빙 포스터의 정의

제 2 절 샤우프(Schaub)의 무빙 포스터 스펙트럼

제 3 절 모션 포스터

1. 모션 포스터의 정의

2. 모션 포스터 디자인의 특성

제 4 절 무빙 포스터와 유사한 형식들

1. 애니메이션드 GIF(Animated GIF)

2. 시네마그래프(Cinemagraph)

제 5 절 무빙 포스터 사례 분석

1. 작품 선정 기준 및 연구 방법

2. 작품 사례

3. 분석 결과

제 3 장 무빙 포스터의 개념과 사례 연구

3장에서는 무빙 포스터 및 유사 형식의 작품 사례를 분석한다. 1절에서는 무빙 포스터의 기본적인 개념과 정의를 작성하였다. 2절에서는 샤우프(Schaub)가 주장한 무빙 포스터의 스펙트럼을 살펴보았다. 3절에서는 무빙 포스터의 한 갈래인 모션 포스터에 대해 연구하였다. 4절에서는 정적인 이미지와 동영상 미디어의 스펙트럼 사이에 분포하여 무빙 포스터와 유사한 특성을 지니는 움직임은 이미지에 대한 선행연구들을 통해 무빙 포스터의 특성과 가능성에 대해 추가적으로 살펴보았다. 5절에서는 200개가 넘는 실제 무빙 포스터 작품 사례를 정량적·정성적으로 분석하여 무빙 포스터 디자인의 특성을 1차적으로 정리하였다.

제 1 절 무빙 포스터의 정의

무빙 포스터(Moving Poster)는 디지털 사이니지, PC, 모바일 등 다양한 디지털 디스플레이를 통해 감상할 수 있는 ‘움직임이 있는 포스터’로 과거 인쇄 포스터에 애니메이션이 더해진 포스터이다. Sérgio와 3명(2017)은 무빙 포스터가 디지털 스크린의 잠재력을 탐험하고 매력적인 커뮤니케이션 형식을 창출하기 위한 움직임과 기존 인쇄물의 결합이라고 말했다⁵⁶.

Weltformat Graphic Design Festival⁵⁷에서 무빙 포스터 전시를 기획했던 샤우프(Shaub)와 브뤼크볼(Brechbühl)은 당시 작품 수집 기준을 1)표준화된 세로형 포맷(Standard Portrait Format), 2)아이디어·메시지를 보유할 것(Having Single Idea), 3)메시지 전달을 위한 애니메이션의 사용(Using Animation to Enhance Their Message)의 세 가지로 정했다.⁵⁸ 결국 샤우프(Shaub)와 브뤼크볼(Brechbühl)에 의하면 무빙 포스터란 ‘인쇄 매체 포스터에서 주로 사용되던 세로 형식의 비율에, 하나 이상의 메시지 혹은 아이디어를 담고, 담겨진 아이디어의 전달력과 호소력을 향상시키기 위해 애니메이션 기법을 사용하는 포스터’라고 정의할 수 있을 것이다.

무빙 포스터는 또한 모션 포스터와 달리 특정 분야에 한정되지 않는다. 구글 이미지(Google Image) 검색에서 ‘Moving Poster’ 검색 시 대부분의 결과물들

56 Rebelo, Sérgio et al., "Using Computer Vision Techniques for Moving Poster Design." Proceedings of Sixth Ergotrip Design(ETD 17) (November 2017): 12.

57 스위스 기반의 그래픽 디자인 페스티벌

58 Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

이 - 초반 100개의 이미지들 중 97개 이상이 - ‘움직이는 영화 포스터’가 아닌 다양한 분야, 그래픽 요소, 표현 기법에 걸쳐있었다.(2019년 3월 10일 기준) 결국 무빙 포스터는 모션 포스터가 다루는 영화, 드라마 분야 뿐 아니라 다양한 분야와 주제를 포함하고, 다양한 표현 기법과 그래픽 소재들을 통해 만들어낸, 메시지를 효과적으로 전달하기 위해 애니메이션을 사용한 포스터’를 의미한다고 볼 수 있다.

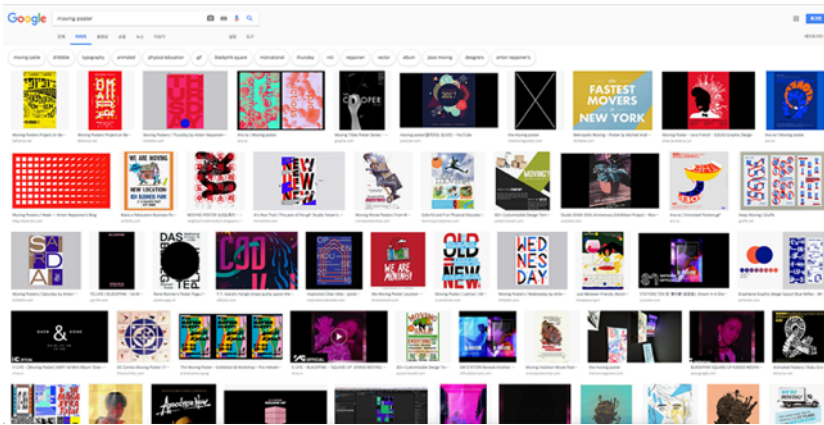


그림 13 google image에서 ‘moving poster’로 검색한 화면

제 2 절 샤우프(Schaub)의 무빙 포스터 스펙트럼⁵⁹

샤우프는 당시 전시했던 포스터들을 아카이빙한 홈페이지 ‘themovingposter.com’에서 무빙 포스터의 스펙트럼에 대해 설명하였다. 샤우프는 “무빙 포스터란 인쇄 매체 포스터와 필름(동영상) 사이 스펙트럼에 위치한다. 짧은 시간 안에 흥미와 정보를 창출할 수 있지만 본질적으로는 포스터이다”라고 주장한다.

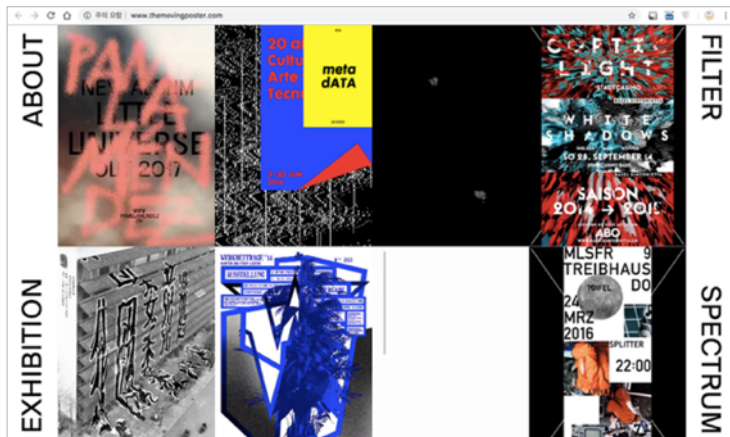


그림 14 Schaub가 운영하는 www.themovingposter.com 메인화면

샤우프는 보다 자세하게 무빙 포스터를 표현 방식과 움직임의 정도에 따라 정적 포스터(Static Poster), 역동적(Dynamic), 영화(Filmic)의 세 가지로 구분하고 있다. 샤우프에 의하면 무빙 포스터는 ‘Static Poster - Dynamic - Filmic’의 스펙트럼 중 어딘가에 위치한다. ‘Static Poster’의 경우 정적인 포스터 형식에서 색상 변경, 한 개의 시각 요소 변경 등 요소들의 이동이나

⁵⁹ 3장 2절은 “Moving Posters”, <http://www.themovingposter.com>. 의 내용을 요약 정리함

위치 변경 없는 최소한의 변화만 보인다. ‘Dynamic Poster’는 가장 많은 무빙 포스터들이 속할 수 있는 카테고리라 화면의 가장 큰 요소들이 움직이거나 작고 다양한 시각 요소들이 ‘푸싱(Pushing)’, ‘터닝(Turning)’ 등 추상적인 움직임을 보여주거나, 빈 화면에서 새로운 구조물이 생성되거나, 특별한 플롯 없는 계속적인 움직임을 보여준다. ‘Filmic’은 필름(영화)에 근접한 무빙 포스터 형식으로 포스터의 움직임은 영화의 신(Scene) 장면과 유사하다. 각 유형의 예시 작업들은 다음과 같다.(그림 15-19)



그림 15 Static Moving Poster의 예시. 단순히 이중톤으로 색상만 반전된다.



그림 16 Dynamic Moving Poster의 예시. 화면의 작은 요소들이 각기 움직이고 있다.

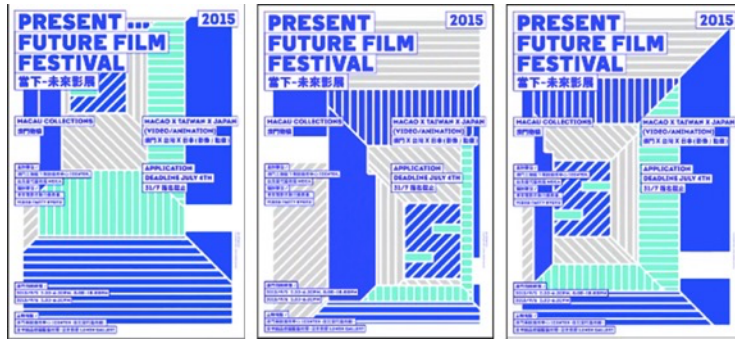


그림 17 Dynamic Moving Poster의 예시. 화면의 큰 요소가 이동하며 움직인다.



그림 18 Dynamic Moving Poster의 예시. 빈 화면에 없던 오브젝트들이 생성된다.

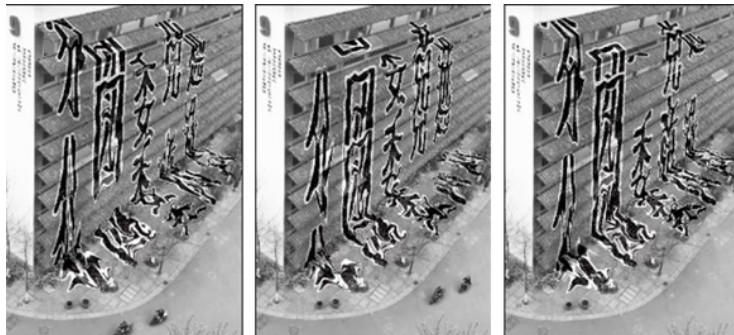


그림 19 Filmic Poster의 예시.

제 3 절 모션 포스터⁶⁰

1. 모션 포스터의 정의

모션 포스터(Motion Poster)는 정적 영화 포스터에 움직임이 더해진 움직이는 영화 포스터로 'Motion Movie Poster(Moster)'의 의미로 통용된다. 포스터를 주제 측면으로 분류하면 모션 포스터는 영화 홍보 목적의 영화 포스터이며, 그중에서도 움직임이 더해진 영화 포스터를 칭할 때 사용된다. Motion Movie Poster의 줄임말인 '모스터(Moster)'라는 용어를 고안해낸 Geeknation⁶¹은 Motion Poster가 정적인 영화 포스터나 영화의 특정 장면에 움직임을 더한 20초 이내의 포스터이자 고해상도 애니메이션 클립이라고 설명하였다.^{62,63,64,65}

60 3장 3절의 내용은 연구자의 게재논문을 재인용함. Christine Hyeyeon Chun, "A Study on Visual Expression Characteristics of Motion Poster." *Journal of Korea Multimedia Society* 23, no. 1 (2020): 67-73.

61 GeekNation은 2012년에 만들어진 a geek pop culture website 이며 현재는 폐쇄 상태다.(geeknation.com)
<https://www.syfy.com/syfywire/geeknation-publishing-lani-sarems-handbook-or-mortals-eyeing-feature-film-too>).

62 Pruner A., "Geeknation's Mosters Bring a New Kind of Motion to Your Movie Poster." updated October 15, 2013,
<http://iconsoffright.com/2013/10/15/geeknations-mosters-bring-a-new-kind-of-motion-to-your-movie-poster/>.

63 "Motion Poster." accessed October 8, 2019,
[https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_\(motion_movie_poster\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_(motion_movie_poster))).

64 MCGREGOR LEWIS, "Bring Your Film Marketing to Life with a Motion Poster." updated July 14, 2017,
<https://www.premiumbeat.com/blog/create-marketing-motion-poster/>.

65 STARK CLINTON, "Happy New Year: What Is a Moster?", Updated August 13,

영화 포스터는 '영화'라는 콘텐츠를 위한 홍보물로 대체로 영화의 주된 분위기를 알려주는 비주얼을 등장인물의 모습으로 표현하고, 영화 제목과 캐스트, 주요 제작진 크레딧 등의 정보가 포함된다. 영화포스터의 구성요소는 스토리텔링(Storytelling), 메인 비주얼(Main visual), 레이아웃(Layout), 색상(Color), 타이포그래피(Typography)가 있다.⁶⁶ 이 중 메인 비주얼은 가장 중요한 디자인 요소이며 영화포스터의 구성요소 중 사람들이 가장 먼저 주목하는 요소이다.⁶⁷

모션 포스터에서는 기존 영화포스터에서 고려했던 디자인 요소들 외에 움직임, 사운드, 설치되는 미디어 환경을 고려해야 한다.⁶⁸ 모션 포스터는 기존의 영상 매체 홍보물인 트레일러(Trailer), 티저(Teaser)영상과 비교된다. 트레일러는 영화 광고를 위해 만든 짧은 예고 영상으로, 영화의 가장 흥미로운 장면, 자막, 사운드를 혼합하여 2~3분 길이로 편집한 영상이라면, 티저는 이보다 길이가 짧고 제목도 밝히지 않은 채 관객의 궁금증을 자극하는 영상이며, 모션 영화포스터는 20초 남짓의 짧은 영상으로 기존 포스터가 가지고 있는 영화의 컨셉, 제목, 캐스트, 그리고 주요 제작진과 크레딧 등의 내용에 약간의 모션을 준 영상이라고 설명한다.⁶⁹ Moster(Motion Movie Poster)라는 용어가 생긴 이래로 정식 의뢰에 의한 최초의 모션 포스터는 2005년에 개봉한 스릴러 영화

2014, <https://www.starkinsider.com/2014/08/happy-new-year-moster.html>.

66 Jinah Jin and Chulyoung Lee, "Content Analysis on the Content Aspect and Visual Aspect of Korean and U.S Movie Posters - Focused on the Top 50 Box Office Movies -." *Journal of Korea Design Forum* 54 (2017): 184.

67 J. Hwang and S. Jang, " Study on the Design of the Movie Posters in Korea with Chronological Approach." *Journal of Communication Design* 8 (2001): 31-47.

68 Joung Won Kim, "Research on the Current State of the Movie Poster and It's Impact on the Role of the Designer." *Journal of Korea Design Forum* 29 (2010): 67-77.

69 Soo-Kyung Kong, "Proposal for New Type of Poster, Interactive Motion Poster." *Journal of Digital Contents Society* 19, no. 9 (September 2018): 1683.

〈Hard Candy(2005)〉의 Motion Poster이다.⁷⁰(그림 20) 기존 정적 영화 포스터와 거의 유사하지만, 10초의 시간동안 캐릭터의 발과 캐릭터가 서있는 덧부분이 조금씩 움직인다. Motion Poster는 이후 움직임의 종류, 재생 시간, 사운드 사용 측면에서 범위를 넓혀가며 발전하였다.



그림 20 최초의 모션 포스터, 〈Hard Candy(2005)〉, 캐릭터의 발과 캐릭터가 서있는 덧부분이 조금씩 움직인다.

2. 모션 포스터 디자인의 특성

무빙 포스터의 한 갈래인 모션 포스터의 디자인 특성을 살펴보았다. 모션 포스터는 '영화 홍보'라는 분야가 한정된 포스터이다. 실제 영화 제작사에서 제작하거나 의뢰에 의해 만들어진, 공식적으로 제작된 포스터들 중 모션 포스터의 표현 특성에 있어 대표성을 보이는 작업들 위주로 살펴보았다.

⁷⁰ "Motion Poster," accessed October 8, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Motion_movie_poster.

1) 메인 비주얼(Main Visual)의 유형

딕네이션(Geeknation)은 모션 포스터의 메인 비주얼에 영화의 장면 혹은 오리지널 정적 영화 포스터의 이미지만을 사용하는 것을 권장한다.⁷¹ 모션 포스터 역시 정적 영화 포스터의 메인 비주얼 요소와 유사한 시각 요소를 사용하고 있었다. 역대 톱 50위권 한·미 영화 포스터(인쇄 매체 포스터)를 분석한 진진아(2017)에 따르면 메인 비주얼의 이미지 유형은 사진이 76%, 사진+일러스트레이션이 14%로 사진이 압도적이었으며, 표현 내용의 유형은 등장인물 52%, 등장인물+영화의 장면 45%로 ‘영화 등장인물 사진’ 유형이 가장 많았다.⁷² 결국 영화는 사진 사실주의 혹은 컴퓨터 그래픽, 합성 테크놀로지를 바탕으로 만들어지기 때문에 대부분의 영화 포스터들의 메인 비주얼 표현 기법 또한 영화의 분위기를 전달하고자 영화의 주요 장면이나 등장인물을 소재로 사실주의적인 기법으로 제작되며 이는 모션 포스터에도 마찬가지로 적용된다.

2) 움직임 종류

모션 포스터는 기술적으로는 영상이지만 정적인 포스터 이미지에 약간의 움직임을 추가하는 방식을 사용함으로써 메인 비주얼을 비롯한 시각 요소들의 움직임의 정도는 트레일러나 티저 영상들과 구별되었다. 크게는 메인 비주얼을 비롯한 시각 요소들은 움직이지만 화면을 비추는 카메라 워크는 고정되는 경우, 반대로 시각 요소들은 멈춰 있거나 경미한 움직임을 보이고 카메라가 이동되는 경우로

71 Pruner A., "Geeknation's Mosters Bring a New Kind of Motion to Your Movie Poster." updated October 15, 2013, <http://iconsoffright.com/2013/10/15/geeknations-mosters-bring-a-new-kind-of-motion-to-your-movie-poster/>.

72 Jinah Jin and Chulyoung Lee, "Content Analysis on the Content Aspect and Visual Aspect of Korean and U.S Movie Posters - Focused on the Top 50 Box Office Movies -." *Journal of Korea Design Forum* 54 (2017): 181-92.

나뉘었다. 예를 들어, 카메라와 장면이 고정된 경우 그림 20, 21, 22, 23, 24처럼 주제 요소가 이동(그림 23), 간단한 몸짓 혹은 회전(그림 20, 22), 사라지고 나타나는(그림 21, 24) 등의 방식으로 움직인다. 화면을 비추는 가상의 카메라가 줌인 혹은 줌아웃, 회전, 이동 등으로 움직이는 경우 그림 25, 27, 28처럼 포스터 내의 주요 인물과 소재는 고정된다.



그림 21 <Saw6(2010)> 모션 포스터. 빈 화면에 벌레들이 모여들어 사람의 형상을 생성해낸다.



그림 22 <Beauty and the Beast(2017)> 모션 포스터. 액자 형식의 틀 안에 있는 캐릭터가 고개를 돌리는 등 조금씩 움직인다.



그림 23 <American Horror Story: Coven(2017)> 모션 포스터. 인물들의 입 속의 뱀이 조금씩 앞으로 나온다.



그림 24 <Terminator4(2009)> 모션 포스터. 부감으로 LA지역을 보는 화면에서 점차적으로 터미네이터의 얼굴 형상이 드러난다.

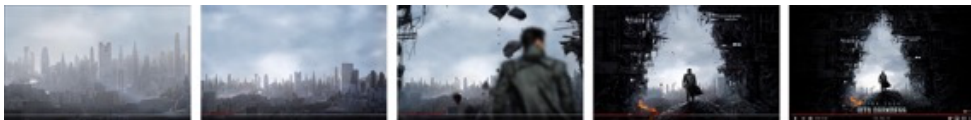


그림 25 <Star Trek into Darkness(2013)> 모션 포스터. 카메라가 도시를 돌아다니다가 폐허 터미에 서있는 주인공의 형상이 나오고 이후 하단부에 작품 제목이 나타난다.

3) 사운드, 재생시간

각네이션(Geeknation)이 제안한 재생시간은 20초 이내였지만 반드시 지켜지는 않았다. 그림 20, 22, 23, 26은 20초 이내였지만, 그림 21은 28초, 그림

25는 41초로 다양한 분포를 보였다. 심지어 그림 27, 28를 비롯한 인도에서 제작된 모션 포스터들은 대부분 1분 전후의 재생시간으로 제작되었다.

사운드는 BGM이 포함되거나(그림 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28) 포함되지 않는 경우(그림 20, 23) 모두 존재했다. 20초를 넘는 긴 재생시간의 모션 포스터에서는 BGM은 대부분 포함되었고 내레이션이 포함된 경우도 있었다(그림 25, 26, 27, 28). 이는 모션 포스터가 트레일러나 티저 영상과 비교하여 시각 요소들의 움직임이 단조로운 특성을 지니고, 20초가 넘어가는 등 재생 시간까지 길어질 경우 감상자의 흥미 감소를 방지하기 위해 사운드를 사용한 것으로 보인다.

4) 모션 포스터 표현 방식의 다양화 : 인도권 모션 포스터들의 예시

초기의 모션 포스터는 〈Hard Candy(2005)〉(그림 20)를 비롯하여 20초 이내로 오리지널 영화 포스터 인쇄 버전에 약간의 움직임만 더한 방식으로 제작되었으나 이후 표현범위를 넓혀가고 있다. 최근 인도에서 제작된 모션 포스터들이 그 예시이다. 구글 트렌드(Google trend)를 통해 파악한 ‘모션 포스터’용어의 검색 빈도가 가장 높은 지역은 인도였고, 모션 포스터 관련 검색어 상위 10개는 모두 인도 영화 관련 모션 포스터였으며, 지난 5년간 세계적으로 ‘모션 포스터’의 검색량이 높아진 시기도 인도에서 특정 영화의 모션 포스터가 공개된 시기였다⁷³.

그런데 최근 인도에서 제작된 모션 포스터들은 영상에 자주 사용되는 가로형

73 "Google Trends." accessed March 21, 2019, <https://trends.google.co.kr/trends/explore?date=all&q=motion%20poster,moving%20poster,kinetic%20poster,animated%20poster>.

포맷, 1분 전후의 긴 재생 시간, 카메라 이동을 비롯한 수차례의 장면 전환 등 ‘트레일러’ 혹은 ‘티저’ 영상과 큰 구분이 없어보인다. 즉, 3장에서 언급한 영미권에서 제작된 모션 포스터(그림 20-25)와 인도에서 제작된 모션 포스터(그림 26-27)들의 경우 포스터의 메인 비주얼, 움직임 등의 방식은 유사했지만 화면 비율, 재생시간, 장면전환 횟수 부분에서 차이를 보였다. 인도권 모션 포스터 중 영미권의 모션 포스터와 유사한 형식인 경우도 있었지만(그림 26) 대부분은 20초를 2배 이상 뛰어 넘는 긴 재생시간과, 긴 재생시간만큼 빈번한 카메라 이동과 장면 전환이 특징적이었다. <Viswasam(2019)>의 모션 포스터는 재생시간 47초였고, 그림 28에서 보듯 다양한 장면 전환이 있었다. 이러한 특징은 <Petta(2019)>의 모션 포스터(그림 27)도 마찬가지였고 재생시간은 1분 4초였다. 이외에도 모션 포스터 연관 검색어 상위권인 인도 영화들 <Kodi(2016)>, <Pk(2014)>, <Singam3(2016)>, <Remo (2016)>의 모션 포스터들도 평균 50초 내외의 긴 재생시간, bgm 사용, 다양한 비주얼 요소 사용과 카메라 이동, 수차례의 장면 전환을 보이며 각네이션이 주장한 모션 포스터와 구별되는 인도권 모션 포스터만의 특징을 보였다.

다만 카메라의 이동으로 인한 장면 전환이나 요소들의 등장에서도 모션 포스터 특유의 움직임 방식인 ‘카메라 고정+메인 요소 움직임’ 혹은 ‘카메라 이동+메인 요소 움직임 고정’ 패턴의 절제된 움직임을 보여 일반 영상과의 차별점을 가진 모션 포스터임을 드러냈다. 화면 비율은 가로형이 대부분이었는데, 그림 25, 27, 28의 예시를 볼 때 영상의 길이가 길어질수록 일반적인 영상의 가로형 비율을 사용하는 경향을 보였다. 영화, 텔레비전 등 대부분의 동영상 미디어의 화면이 가로형으로 발전해오고 인쇄형 포스터가 좁은 벽면이나 기둥에 붙이고, 주목도를 높이기 위해 세로형으로 제작되어 온 것을 보았을 때, 가로형 화면에 긴 재생시간으로 제작된 모션 포스터는 인쇄형 포스터보다는 일반 영상에 가까운 성격을 가진다고 추측할 수 있다.

최근 인도에서 모션 포스터 형식이 인기를 얻고 있는데. 이는 각네이션이 제안했던 방식과는 다르게 긴 재생시간, 사운드 삽입, 장면 전환 등 트레일러와 유사한 모습을 보인다. 우리나라에서도 영화 <구르믄 버서난 달처럼(2010)>의 영화포스터가 미디어 아티스트 이이남에 의해 최초 제작되었다.(그림 29)⁷⁴



그림 26 <Gulmakai(2018)> 모션 포스터.



그림 27 <Petta(2019)> 모션 포스터.

74 Jung Won Kim, "Research on the Current State of the Movie Poster and It's Impact on the Role of the Designer." *Journal of Korea Design Forum* 29 (2010): 67-77.



그림 28 <Viswasam(2019) 모션 포스터.



그림 29 영화 <구르부 버서난 달처럼(2010)>의 모션 포스터.

제 4 절 움직이는 이미지

애니메이티드 GIF(Animated GIF), 시네마그래프(Cinemagraph)와 같은 형식들은 사진, 그림 등의 정지된 이미지와 텔레비전 프로그램, 영화, 광고, 모션그래픽 등 일반적인 동영상 미디어 스펙트럼의 어딘가에서 ‘움직이는 이미지’로 위치한다. 이러한 특성은 움직이는 포스터와도 상통한다. 4절에서는 ‘움직이는 이미지’들을 살펴보고 무빙 포스터의 특성에 부합하는 내용들을 보다 자세히 정리하고자 한다.

1. 애니메이티드 GIF(Animated GIF)

Animated GIF(Graphics Interchange Format)는 웹 기반 그래픽으로 여러 개의 프레임으로 구성되며 이러한 프레임들은 반복되는 무빙 이미지 형식의 그래픽으로 사용된다. 유사한 의미로 우리나라에서는 ‘움짤’이라는 용어가 있다. 움짤은 ‘움직이는 짤방(글이 짤림을 방지하는 이미지)’의 줄임말로 단어가 탄생한 맥락은 차이가 있지만 형식 및 기능면에서는 영어권의 애니메이티드 GIF와 거의 유사하다고 볼 수 있다.

애니메이티드 GIF는 파일 형식상 적은 용량과 별도의 재생 동작 없이도 재생된다는 특성, 소리 없음, 움직임 특성으로 인해 각종 온라인 플랫폼과 뉴미디어 매체에서 보편화되어가는 추세이다.⁷⁵ GÜRSIMSEK(2016)은 애니메이티드

75 Saeideh Bakhshi, David A. Shamma, Lyndon Kennedy, Yale Song, Paloma de

GIF가 디자인 비전문가에 의해 제작되는 버내클러 디자인적 특성으로 인해 온라인 커뮤니케이션에서의 표현의 스펙트럼을 넓히는 강점을 가진다고 주장한다.⁷⁶ 애니메이션 GIF는 또한 SNS에서 최신 뉴스 전달, 사진 저널리즘 형태의 이야기 전달, 감정 표현 수단, 시각적 밈의 기능을 한다.(Bakhshi 외, 2016)⁷⁷

원성연(2016)은 ‘움짤’이 움직임과 시간성을 가지지만 1-4초 사이의 길이로 제작되어 ‘탈맥락’, ‘탈서사’의 특성을 지니고, 반복적 움직임으로 이목을 끄는 강조성을 지니는 등 영상과는 구별된다고 말한다.⁷⁸ 임혜은(2017)은 애니메이션 GIF를 어떤 러닝타임으로, 어떻게 연출해 제작하는가에 따라 영상과 이미지의 특성 중 하나를 더 강조할 수 있으며 이로 인해 수용자에게 다양한 시지각적 반응을 유도할 수 있다고 말한다.⁷⁹

텀블러(Tumblr)에서의 애니메이션 GIF가 선호되는 이유에 관해 연구한 박하사(Bakhshi)외 5명(2016)⁸⁰의 연구에서 흥미로운 부분은 비디오와 애니메이

Juan, Joseph ‘Jofish’ Kaye, "Fast, Cheap, and Good: Why Animated Gifs Engage Us." *Proceedings of the CHI Conference on human factors in computing systems*, San Jose, CA, USA, 2016, 575-586.

76 ÖDÜLAKYAPI GÜRSİMSEK, "Animated Gifs as Vernacular Graphic Design: Producing Tumblr Blogs." *Visual communication (London, England)* 15, no. 3: 329-49.

77 Saeideh Bakhshi, David A. Shamma, Lyndon Kennedy, Yale Song, Paloma de Juan, Joseph ‘Jofish’ Kaye. "Fast, Cheap, and Good: Why Animated Gifs Engage Us." *Proceedings of the CHI Conference on human factors in computing systems*, San Jose, CA, USA, 2016, 575-586.

78 Sung-yeon Won. "'움짤'을 이용한 커뮤니케이션 실험 연구." Graduate School, Kookmin University, 2016.

79 Hye Eun Leem. "정지된 그래픽이미지의 동영상화 현상에 관한 연구." Graduate School, Seoul National University, 2017.

80 Saeideh Bakhshi, David A. Shamma, Lyndon Kennedy, Yale Song, Paloma de Juan, Joseph ‘Jofish’ Kaye. "Fast, Cheap, and Good: Why Animated Gifs Engage Us." *Proceedings of the CHI Conference on human factors in*

티드 GIF의 선호도에 대한 비교 부분이다. 박하시(Bakhshi)의 5명(2016)⁸¹은 비디오보다 애니메이션 GIF가 ‘like’와 ‘reblog’를 더 받는 이유로 ‘낮은 로딩 시간 및 용량’, ‘음성 제거로 인한 조용함’, 그리고 ‘낮은 관심으로도 소화가능한 특징’을 꼽는다. 소리가 없는 움직임이라는 것은 애니메이션 GIF를 정의하는 하나의 특징인데, 이러한 특징으로 인해 공공장소나 상황 등을 가리지 않고 콘텐츠를 즐길 수 있다. 또한 애니메이션 GIF 콘텐츠는 비디오를 볼 때처럼 재생 버튼을 클릭할 필요가 없으며, 음악을 듣거나 다른 것을 보는 등의 멀티태스킹을 하면서 동시 다발적으로 소비 가능하다. 박하시(Bakhshi) 5명(2016)⁸²

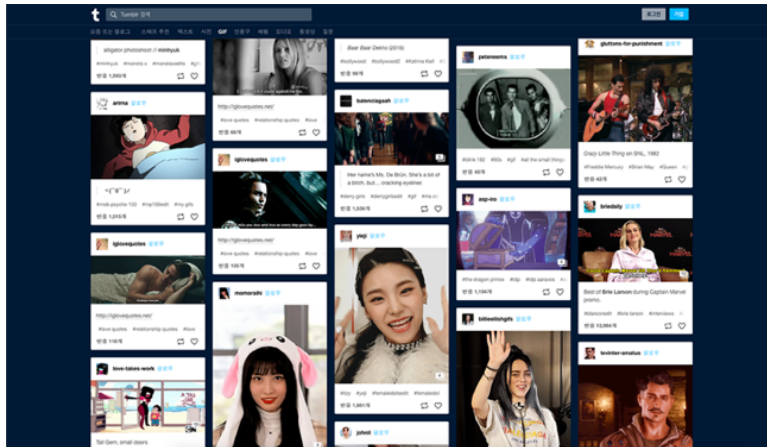


그림 30 텀블러(Tumblr) 화면 예시

Bakhshi의 5명(2016)은 정적 이미지와 애니메이션 GIF의 비교에서 애니메이션 GIF가 특유의 순간적인 이상한 움직임 요소 때문에 사용자들이 콘텐츠를 확인하고자 하는 호기심을 끌 수 있다고 말한다. 한편 애니메이션 GIF의

computing systems, San Jose, CA, USA, 2016, 575-586.575-586.

81 위의 논문, 575-586.

82 위의 논문, 575-586.

지속되는 시간은 길어질수록 'like'와 'reblog'에 부정적인 영향을 끼쳤는데, 이러한 점은 비교적 오랜 재생시간을 필요로 하는 video들의 결점이라고도 볼 수 있다.(Bakhshi와 5명, 2016)⁸³ 특히 텀블러의 사용자들이 많은 수의 블로그들을 팔로우하고, 업데이트되는 방대한 양의 콘텐츠들을 매우 빠르게 훑어보는 경향이 있기 때문에 짧은 시간 소비를 요하는 콘텐츠는 그 자체로 사용자 경험을 향상시킬 수 있다.

2. 시네마그래프(Cinemagraph)

시네마그래프는 'Cinema'와 'Graph'의 합성어로 이미지의 일부분이 움직이는 사진을 뜻하며 2011년 패션 사진작가 Kevin Burg와 그래픽 디자이너 Jamie Beck에 의해 탄생한 새로운 사진 제작 기법이다.⁸⁴ 파일의 확장자는 gif로 제작되며, '모션큐(Motion Cue)'라고 불리는 사진의 일부분이 영상으로 무한 재생되는 특징을 가진다.⁸⁵ 이처럼 시네마그래프는 사진과 영상의 특징을 동시에 지녀 과거 사진, 영상 광고에서 볼 수 없었던 독특한 느낌을 자아내어 새로운 광고 형식으로 각광받고 있다.

83 위의 논문, 575-586.

84 Jong Moo Kim, "Analysis of Appreciator's Preference Depending on the Difference in Existence & Unexistence of Movement of Cinemagraph Advertisement - Mainly on the Basis of Advertisement Attitude, Brand Attitude -." *JOURNAL OF THE KOREAN SOCIETY DESIGN CULTURE* 23, no. 1 (2017): 101-10.

85 Hye Eun Leem, "정지된 그래픽이미지의 동영상화 현상에 관한 연구." Graduate School, Seoul National University, 2017.



그림 31 시네마그래프 기법을 이용한 Samsung의 노트북 광고. 사진의 다른 부분은 정지한 채로 가방에서 노트북 꺼냈다가 넣는 장면만 움직이고 반복된다.

제 5 절 무빙 포스터 사례 분석

1. 작품 선정 기준 및 연구 방법

연구자는 보다 많은 현 시대의 무빙 포스터 사례를 수집하여 본격적으로 무빙 포스터의 디자인 특성을 분석하고자 하였다. 대상 작품은 전문 디자이너에 의해 제작된 무빙 포스터부터 비전문가에 의해 만들어진 것까지 살펴볼 수 있는 온라인 플랫폼을 선정하여 수집하고자 하였다. 이를 위해 5대 소셜미디어⁸⁶ 중 이미지 위주로 소통이 이루어지는 인스타그램(Instagram)을 선정하였다. 이는 인스타그램이 사진과 동영상을 포함한 이미지 위주의 SNS들 중에서 가장 대중적이고 널리 사용되기 때문에 다양한 나라, 작가의 무빙 포스터를 볼 수 있다고 판단했기 때문이다.

86 페이스북, 인스타그램, 트위터, 스냅챗, 핀터레스트.

세부적인 수집 기준은 다음과 같았다. 우선, 게시물 태그에 '#movingposter'를 넣은 작업들 중 최근 1년 - 2019년 7월 1일부터 2020년 6월30일까지 - 동안 제작된 '이벤트 포스터'들을 대상으로 하였다. 이벤트 포스터에서는 시간과 장소 등의 정보는 명료하게 전달하고자 노력하는 동시에 대중의 시선을 끌고 참여를 유도하기 위해 최신 트렌드를 반영하며 적극적으로 다양한 시각 실험이 이루어진다.⁸⁷ 연구자는 이벤트 포스터의 이러한 특징이 소형 실험만을 목적으로 제작된 포스터들에 비해 포스터의 기능적인 특성을 보다 명확하게 드러낸다고 판단하여 전체 무빙 포스터들 중 이벤트 포스터만을 분석 대상으로 한정하였다.

또한 세로형 비례(Portrait Format)를 사용하고 애니메이션이 포함된 작품을 대상으로 하였다. 이는 게시물의 조회수를 늘리기 위해 여러 태그를 갖다 붙이는 SNS의 특성상 '#movingposter'태그는 붙였지만 무빙 포스터가 아닌 경우가 존재했기 때문이다. 즉, '#movingposter'태그는 붙어있지만 정적 이미지나 기존 동영상 매체인 경우는 분석 대상에서 제외하였다. 세로형 비율은 A열, B열 등 전통적인 인쇄형 비례, 디지털 사이니지용 비례(16:9), 인스타용 세로 비례(4:5) 모두를 포함하였다. 알파벳과 한글 등 연구자가 의미를 해석할 수 있는 작업물들을 대상으로 하였으며, 중복되는 작업, 시리즈 작업물에서 동일한 포맷과 움직임 종류를 사용하여 디자인 양식이 중복되는 경우 대표적인 한 개의 포스터만을 선정하였다.

87 Se Young Baek, "An Analysis of the Space Perception Appearing in Contemporary Hangeul Typography Posters - Focusing on Event Posters from 2014 to 2018 on Pinterest." *Journal of Basic Design & Art* 20, no. 6 (2019): 218.

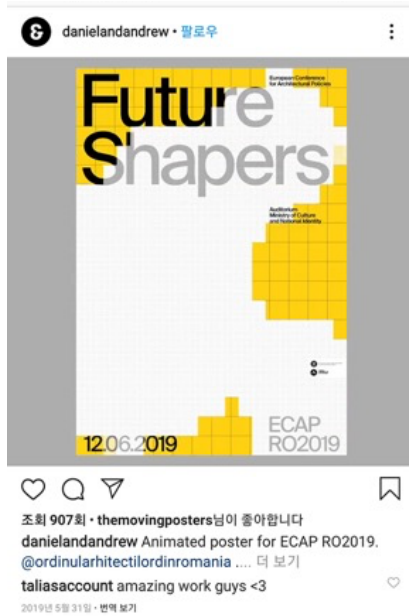


그림 32 인스타그램에 게시된 이벤트 무빙 포스터 예시

최종적으로 202개의 작업물들을 선정하였다. 작업물의 분석 기준은 2장 4절을 참조하였다. 작업물들의 ‘메시지, 재생 시간, 정보 표시 정도, 그래픽, 움직임, 사운드, 화면 비율’을 살펴보았다. (표8)

인스타그램 이벤트 무빙 포스터 분석 기준	
메시지	이벤트 포스터의 세부 주제/분류
재생시간	초단위 기재(반올림)
(이벤트)정보표시	전체 재생 시간 대비 필수 정보 표시 시간
그래픽 요소	사용된 그래픽 요소
움직임 종류	그래픽 요소(오브젝트)의 움직임
	장면 전환 및 카메라 이동
	화면 변형
사운드	사운드의 사용 여부 및 종류
화면 비율	인쇄 세로형 비율, 디지털 스크린 세로형(9:16), 인스타그램용 세로형(4:5), 기타

표 8 인스타그램 이벤트 무빙 포스터 분석 기준

2. 작품 사례

분석 대상들 중 ‘그래픽 요소’, ‘움직임’, ‘재생시간’, ‘사운드’, ‘화면 비율’ 기준에서 특징적인 무빙 포스터 작업들을 모아보았다. 작업별로 대표 이미지 2장과 분석 기준에 맞춰 정리한 표를 넣었다.(표9-29)

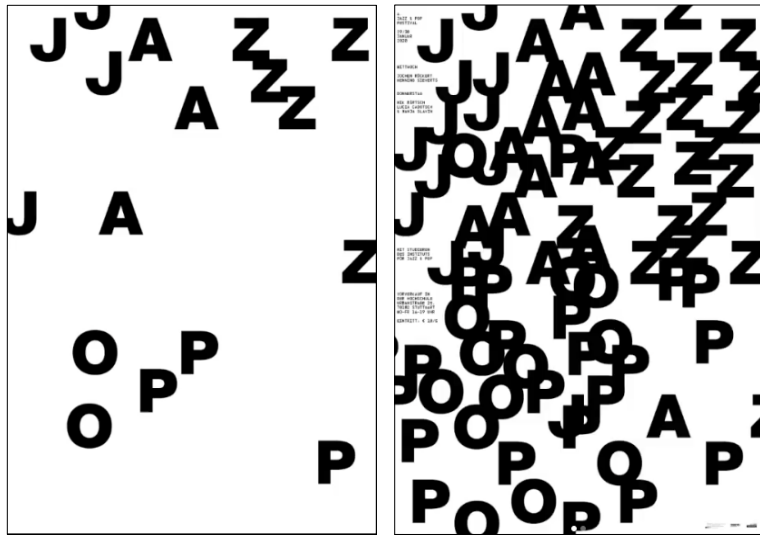


그림 33

그림 33 분석		
주제	공연 이벤트 포스터	
재생시간(정보표시)	22초(3초-위치 이동)	
그래픽 요소	문자	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	오브젝트 생성, 이동, 소멸, 흩어짐
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	BGM	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
비고	재생시간동안 배경음과 함께 문자들이 생성되고 영상의 후반부에 필수 정보들이 표기된다.	
출처	https://www.instagram.com/p/B518KBui_qu/	

표 9 그림 33의 무빙 포스터 분석



그림 34

그림 34 분석		
주제	워크숍/강연	
재생시간(정보표시)	8초(상시-위치 및 형태 변동)	
그래픽 요소	문자	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	형태변경, 이동
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	스크린 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/B3KTGO2jZOs/	

표 10 그림 34의 무빙 포스터 분석

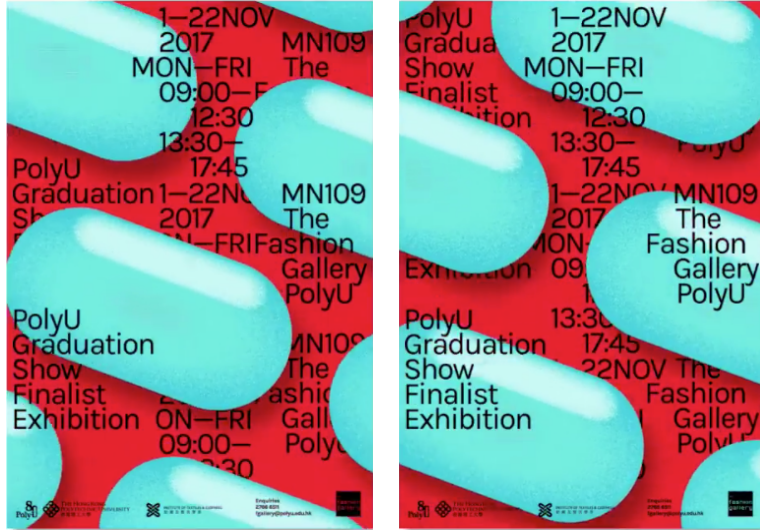


그림 35

그림 35 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	3초(상시-고정)	
그래픽 요소	문자	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	배경이미지 이동
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://atelieravocado.com/polyu-graduation-show-finalist-exhibition	
비고	문자 정보 하단의 3d 오브젝트와 배경이 같은 속도로 이동하는 매우 단순한 방식	

표 11 그림 35의 무빙 포스터 분석



그림 36

그림 36 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	3초(상시-이동 및 회전)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 회전
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/stories/highlights/17994416551256936/	
비고	문자는 2차원적으로 회전, 이동, 깜빡이고, 3d오브젝트는 3차원 축 기반으로 이동하여 다층적 레이어 성격 강화함	

표 12 그림 36의 무빙 포스터 분석



그림 37

그림 37 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	6초(상시-색상 반전)	
그래픽 요소	문자, 도형, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	3차원 회전, 색상 반전
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/BzYKzXulxij/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	그래픽 요소들이 전체 화면의 y축을 기준으로 회전하며 교차	

표 13 그림 37의 무빙 포스터 분석

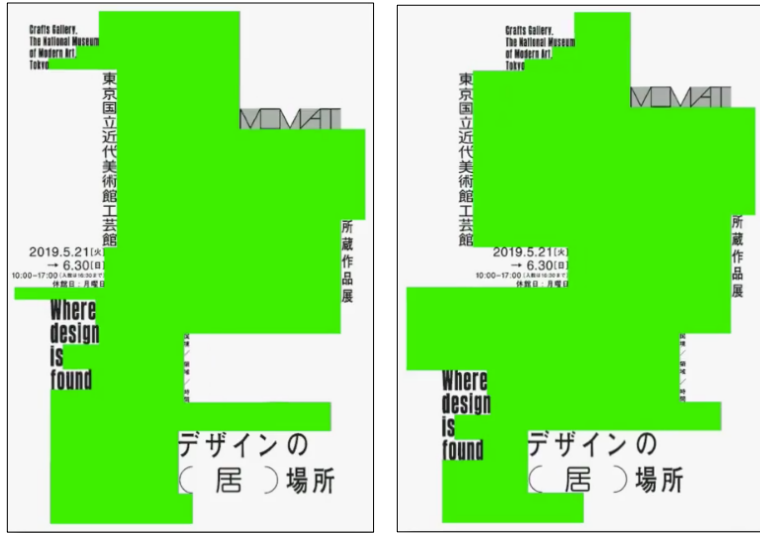


그림 38

그림 38 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	12초(상시-위치 이동)	
그래픽 요소	문자, 도형, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	요소 이동, 형태 변화
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/BzviOIXDDVq/	
비고	재생시간동안 문자, 도형이 이동하여 단순한 요소와 움직임이지만 레이아웃의 형태가 다양하게 변화함	

표 14 그림 38의 무빙 포스터 분석

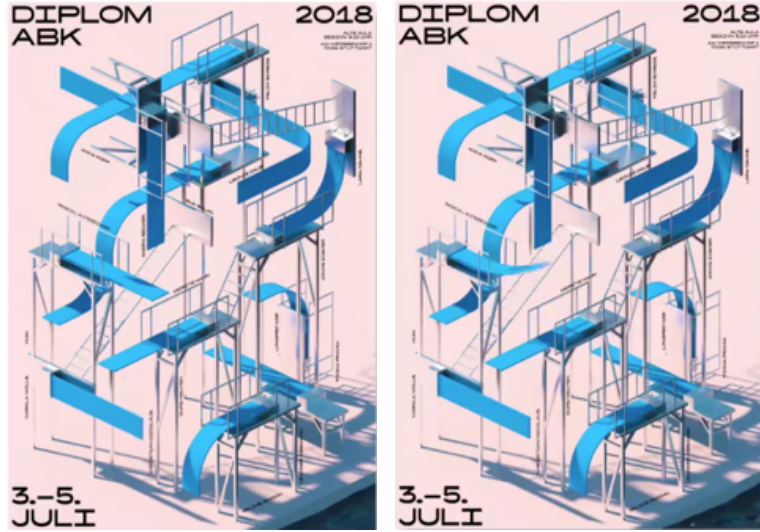


그림 39

그림 39 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	10초(상시-위치 이동)	
그래픽 요소	3d 오브젝트, 문자	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	현실 사물, 현상 움직임(다이빙대, 물)
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/BuYAAAd8lbq4/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	다이빙 거치대로 표현된 3d 오브젝트의 부분 부분이 텅기듯이 흔들리고, 우측 하단의 물이 흐르는 현실 세계 사물·현상 움직임	

표 15 그림 39의 무빙 포스터 분석

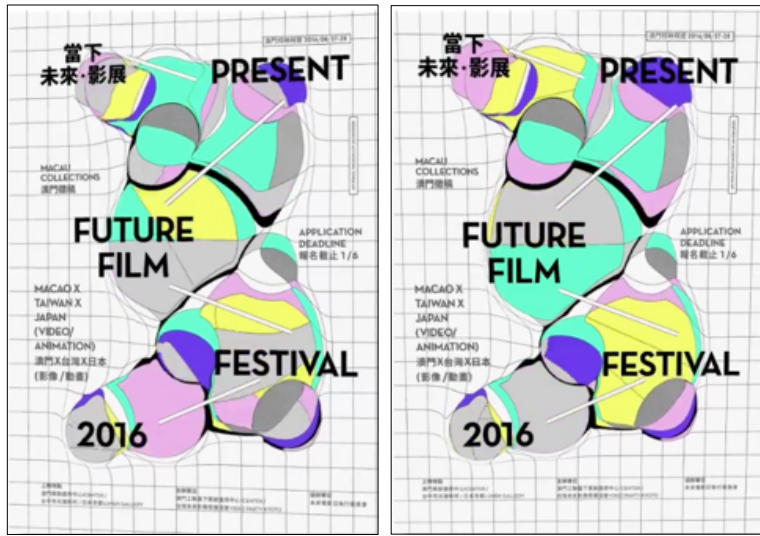


그림 40

그림 40 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	4초(상시)	
그래픽 요소	문자, 일러스트, 도형, 3d 오브젝트, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	물리적 움직임(꿈틀거림)
	장면 전환 및 카메라 이동	화면의 시점 변화+축 변화
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/B1ZVBWPjrl/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	화면이 3차원으로 움직이는 것처럼 보여짐	

표 16 그림 40의 무빙 포스터 분석



그림 41

그림 41 분석		
주제	교육/워크샵	
재생시간(정보표시)	12초(상시-고정)	
그래픽 요소	문자, 일러스트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	작은 요소 애니메이션, 깜빡거림, 생성
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/p/Bzw2E8LHqt8/?utm_source=ig_web_copy_link	

표 17 그림 41의 무빙 포스터 분석



그림 42

그림 42 분석		
주제	공연	
재생시간(정보표시)	9초(상시-고정)	
그래픽 요소	문자, 사진콜라주	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	요소 충돌, 이동, 속도변화
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로형 비율	
출처	https://www.instagram.com/stories/highlights/18051301867035033/	
비고	사진 콜라주들이 흔들리고, 충돌하고, 모이며 이동	

표 18 그림 42의 무빙 포스터 분석



그림 43

그림 43 분석		
주제	축제	
재생시간(정보표시)	12초(7초)	
그래픽 요소	문자, 3d, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동
	장면 전환 및 카메라 이동	줌인
	화면 비율 변경	x
사운드	BGM	
화면 비율	인스타용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/B5coLOyAWc2/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	카메라가 줌인하며 장소 정보가 드러남	

표 19 그림 43의 무빙 포스터 분석

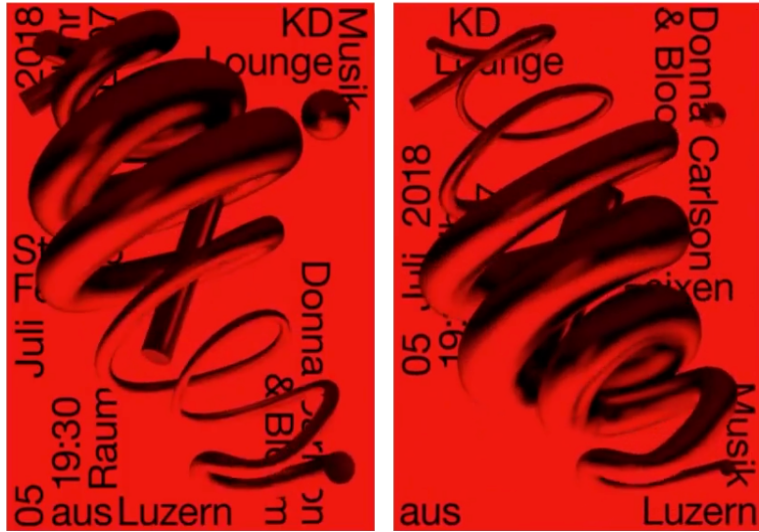


그림 44

그림 44 분석		
주제	공연	
재생시간(정보표시)	6초(상시-이동)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 형태 변화
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/CA2r8tth_DO/?utm_source=ig_web_copy_link	

표 20 그림 44의 무빙 포스터 분석

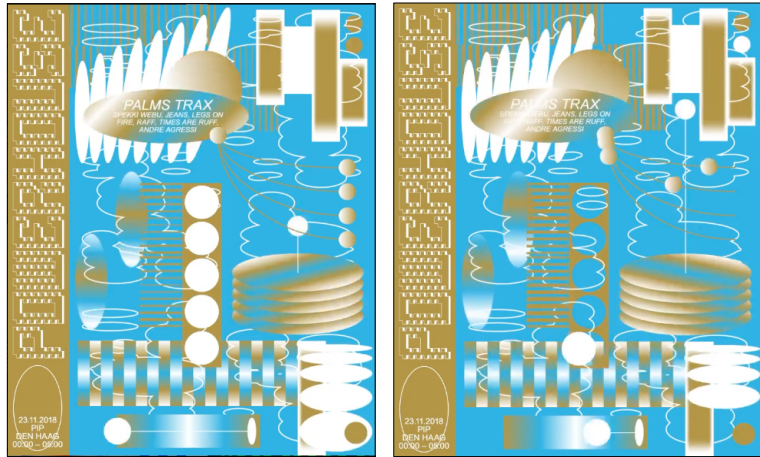


그림 45

그림 45 분석		
주제	공연	
재생시간(정보표시)	54초(상시-고정)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 형태 변화, 생성·소멸
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인스타용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/B5LS3Ayh0Z9/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	재생시간동안 큰 레이아웃과 형태는 변화하지 않지만, bgm에 맞춰 각각의 음악 파트를 담당하는 도형 요소들이 이동하거나, 변화하거나, 생성되어 긴 재생시간임에도 지루하지 않게 연출됨	

표 21 그림 45의 무빙 포스터 분석



그림 46

그림 46 분석		
주제	페스티벌	
재생시간(정보표시)	10초(상시-이동)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트, 사진	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 형태 변화, 생성·소멸
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	효과음	
화면 비율	인쇄용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/B6VbwzgBPeA/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	필름의 롤처럼 형상화된 레일 위에서 눈 이미지가 움직이고, 이벤트 정보들도 그 속도와 방향에 맞춰 좌우로 움직인다. 적절한 효과음과 역재생을 포함한 움직임, 인체의 부위를 이용한 끌라주 이미지들이 조화되어 기괴한 느낌을 만들어 냄	

표 22 그림 46의 무빙 포스터 분석



그림 47

그림 47 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	5초(상시-이동)	
그래픽 요소	문자, 도형, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 색상 변화
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/Bs-6ViVAsTX/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	재생시간동안 문자 요소들이 구획된 영역에 맞춰 이동하고 배경 색상이 변화	

표 23 그림 47의 무빙 포스터 분석



그림 48

그림 48 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	20초(5초)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	생성(이동하며 등장), 퇴감기
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/Bs-6ViVAsTX/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	재생시간동안 전시 정보를 담은 3d 오브젝트(띠)가 펼쳐졌다가 다시 감긴다. 필수 정보는 5초 정도 표시되므로, 이벤트 정보를 확인하려면 비교적 오랜 시간 포스터를 응시해야 한다. 짧은 시간 만에 정보를 파악 가능한 Moving Poster의 특성과는 배치되지만 레이아웃, 화면 비율은 일반 포스터의 형식을 따르고 있다.	

표 24 그림 48의 무빙 포스터 분석

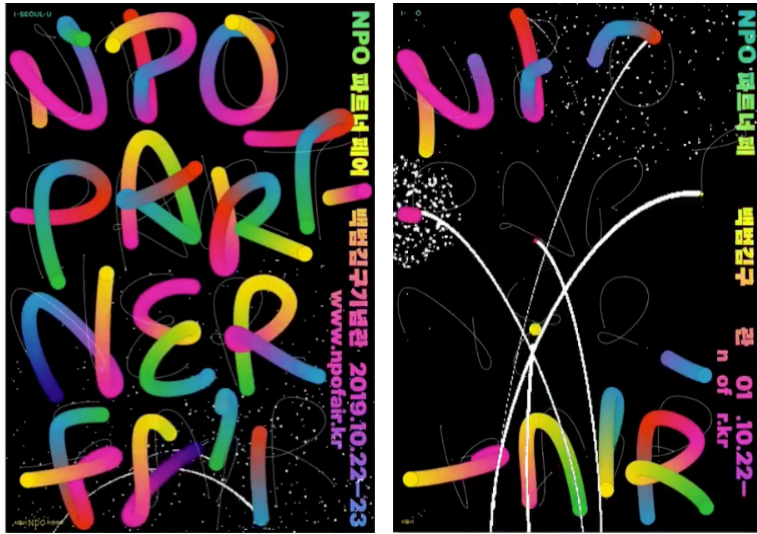


그림 49

그림 49 분석		
주제	축제	
재생시간(정보표시)	20초(상시표시)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	생성(그리기), 현실 세계 움직임(불꽃), 색상 변화, 감빡거림
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/Bs-6ViVAsTX/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	재생시간동안 배경에서 폭죽이 터지는 움직임과 함께 주제부 문자가 그려졌다 지워지고 우측의 전시 정보가 나타났다 사라짐. 다양한 움직임 종류들이 교차하며 풍성한 느낌을 만들어냄.	

표 25 그림 49의 무빙 포스터 분석



그림 50

그림 50 분석		
주제	축제	
재생시간(정보표시)	26초(상시표시-이동)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트, 동영상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	이동, 현실 세계 움직임(펼러이기), 동영상 내 움직임
	장면 전환 및 카메라 이동	장면 전환
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인쇄용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/B4_t2FLnvdz/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	크게 2개의 장면으로 나누어지며, 첫 번째 장면에서는 행사 주제가 적힌 깃발이 바람에 펄럭이는 물리적 움직임을 보이고, 두 번째 장면에서는 영화제 관련 실사 동영상들이 보여진다.	

표 26 그림 50의 무빙 포스터 분석



그림 51

그림 51분석		
주제	팝업스토어 오픈	
재생시간(정보표시)	16초(상시표시-고정)	
그래픽 요소	문자, 일러스트, 색상	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	생성, 애니메이션
	장면 전환 및 카메라 이동	x
	화면 비율 변경	x
사운드	효과음	
화면 비율	혼합(인쇄용 세로 + 인스타용 세로)	
출처	https://www.instagram.com/p/B4_t2FLnvdz/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	크게 4개의 장면으로 나누어지며 아이스크림이 콘 위로 떨어지고 아이스크림 위에 커피를 부어 커피 아이스크림이 되는 내러티브를 담고 있다. 포스터의 초반부와 후반부는 인쇄 세로 형식의 판형을 차용하는 전통적인 포스터로 보이지만, 중간에 커피가 등장하는 장면에서 전체 정사각형 화면을 사용하며 디지털 시대의 SNS에 맞춰진 새로운 포스터로 보여지도록 변화가 생긴다. 필수 정보는 상시적으로 표시되며 효과음이 사용되었다.	

표 27 그림 51의 무빙 포스터 분석

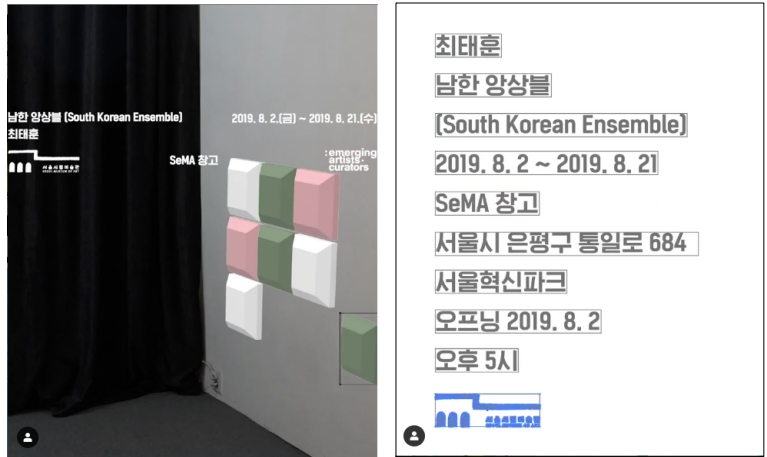


그림 52

그림 52 분석		
주제	전시	
재생시간(정보표시)	21초(상시표시-이동)	
그래픽 요소	문자, 3d 오브젝트, 사진	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	요소 이동, 생성, 현실 세계 움직임(디지털 이미지 저작 소프트웨어 작업 상황, 타이핑)
	장면 전환 및 카메라 이동	장면전환
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	인스타용 세로	
출처	https://www.instagram.com/p/B1YH5T3n006/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	크게 2개의 장면으로 나뉜다. 전시장의 배경 사진 이미지 위에 3d 오브젝트들이 이미지 저작 소프트웨어 상에서 작업하는 상황처럼 놓여졌다 사라지고 문자로 된 전시 정보는 고정된다. 2번째 장면에서는 타이핑하듯이 순차적으로 전시 정보들이 표시된다. 인쇄용 세로 비율이 아닌 4:5의 인스타그램용 세로화면, 긴 재생 시간, 장면 전환은 인쇄 매체 포스터와 Moving poster, 일반 동영상의 형식을 넘나든다.	

표 28 그림 52의 무빙 포스터 분석

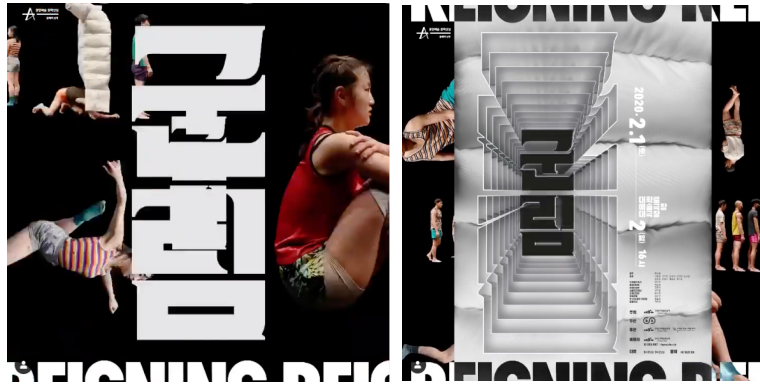


그림 53

그림 53 분석		
주제	공연	
재생시간(정보표시)	11초(2초 제외)	
그래픽 요소	문자, 사진	
움직임 종류	그래픽 요소의 움직임	확대·축소, 깜빡거림, 이동
	장면 전환 및 카메라 이동	장면전환
	화면 비율 변경	x
사운드	x	
화면 비율	혼합(인스타용 세로+인쇄 매체용 세로)	
출처	https://www.instagram.com/p/B7nQDAInx9g/?utm_source=ig_web_copy_link	
비고	크게 2개의 장면으로 나누어지며 화면 비율이 '인스타용 세로'에서 '인스타용 세로 + 인쇄 매체용 세로'로 변형되는 방식으로 제작되었다. 초기에 공연의 주제와 이미지를 크게 보여주고 곧바로 화면의 혼합(인스타용 세로와 인쇄용 세로 화면을 동시에 사용)과 주제 문자의 축소, 깜빡거림으로 2-3초의 짧은 시간동안 시선을 끈 이후 필수 정보를 보여주는 방식	

표 29 그림 53의 무빙 포스터 분석

3. 분석 결과

1) 무빙 포스터의 주제

포스터의 주제는 공연, 전시, 페스티벌, 워크샵, 컨퍼런스, 강연, 기타 이벤트 등이 있었다.

2) 재생 시간과 정보 표시

조사한 무빙 포스터의 재생시간 평균은 약 11초, 중간값은 9초였다. 조사한 무빙 포스터의 87%는 재생시간 길이와 무관하게 필수 정보를 상시 노출하여 인쇄 포스터와 유사하게, 감상자가 몇 초 정도의 짧은 시간만을 응시해도 필요한 정보를 습득할 수 있었다.

3) 그래픽 요소와 움직임 종류

그래픽 요소로서의 '문자'는 모든 포스터에 사용되었다. 문자 외에 사용된 요소로는 도형, 사진, 3d 오브젝트, 일러스트, 패턴, 동영상, 색상, 레이아웃이 있었다. 움직임 종류는 시각 요소의 움직임, 카메라의 움직임, 시퀀스 움직임, 화면 비율 변화로 나누어 살펴보았다.

시각 요소(오브젝트)의 움직임으로는 이동, 형태 변형, 회전, 작은 요소들 움직임·애니메이션, 깜빡거림, 색상 변화, 반전, 꿈틀거림, 생성, 그리기, 확대·축소, 추락, 쌓기, 접기, 펼치기, 충돌, 튕김, 속도 변화, 펄럭거림, 부유, 합체, 해체, 말려들기, 이동, 파형, 사물이나 현상 등의 현실 세계 움직임, 셀 애니메이션, 역재생, 실사영상, 픽셀아트, 글리치, 패턴 변화가 있었다. 장면 전환 및 카메라

이동은 줌인·아웃, 카메라·화면 이동(2차원, 3차원), 기타 장면 전환 방식이 있었으며, 화면 변형 관련해서는 화면의 이동, 회전, 축 변환, 화면 크기 및 비율 변화의 움직임이 있었다. 시각 요소 움직임은 모든 무빙 포스터에서 관찰되었으며, 카메라의 움직임은 2%, 시퀀스의 움직임은 17%, 그 외 화면 비율 변화는 3%의 작품에서 볼 수 있었다.

4) 사운드

사운드는 우선 사용되지 않거나 사용되는 경우로 나뉘었다. 사용되는 경우 효과음, BGM, 혹은 그래픽 요소로서 동영상을 사용할 때 발생하는 자체 사운드가 있었다. 전체 표본 중 약 18%의 작업물들에서 사운드가 사용되었으며, 그 중 BGM이 13%, 효과음이 4%, 영상 자체 사운드가 1% 였다. 사용된 경우 공연이나 페스티벌 이벤트 포스터인 경우가 대부분이었다.

5) 화면 비율

화면 비율은 인쇄 매체 포스터에서 사용하는 세로형 비율, 디지털 사이니지 등에서 주로 사용하는 세로형 비율(9:16), Instagram 화면에 맞춘 세로형 비율(4:5), 여러 세로형 비율을 혼합하는 것을 포함한 기타 비율이 있었다. 가장 많이 보이는 비율은 인쇄 매체 비율(82%)이었으며, 그다음으로 인스타용 세로 비율이 10%, 스크린과 기타 비율은 각각 4%가 있었다.

6) 요약

대상 무빙 포스터들을 분석 기준에 맞춰 정리한 내용을 요약하면 표32와 같다. 분석 대상물들은 재생시간, 그래픽 요소, 움직임 종류, 사운드 사용 여부와 상관없이 인쇄 포스터 특유의 형식을 대부분 가지고 있었다.

Moving Poster 분석 결과 요약		
주제	공연, 파티, 전시, 페스티벌, 교육/워크샵, 컨퍼런스, 기타	
재생시간	평균 약 12초, 중간값 10초	
(이벤트) 정보표시	대부분(88%)의 작업이 상시적으로 정보를 표시하여 인쇄 포스터와 유사하게 감상자가 수 초 정도 포스터를 보는 것만으로도 정보를 습득할 수 있게 함	
그래픽 요소	문자, 도형, 사진, 3d오브젝트, 일러스트, 패턴, 동영상, 색상, 레이아웃 등	
움직임 종류	그래픽 요소 (오브젝트)의 움직임	오브젝트 이동, 형태 변형, 회전, 작은 요소들 움직임/애니메이션, 깜빡거림, 색상 변화, 반전, 꿈틀거림, 생성, 그리기, 확대·축소, 추락, 쌓기, 접기, 펼치기, 충돌, 튕김, 속도 변화, 펄럭거림, 부유, 합체, 해체, 말려들기, 이동, 파형, 현실 세계 움직임(사물, 현상 등), 셀 애니메이션, 역재생, 실사영상, 픽셀아트, 글리치, 패턴 변형
	장면 전환 및 카메라 이동	줌 인·아웃, 카메라·화면 이동(2차원/3차원),
	화면 변형	화면 이동, 회전, 축변환, 화면 크기·비율 변경 및 혼합
사운드	없음(82%), BGM(13%), 효과음(4%), 사용된 동영상 자체의 사운드 및 기타(1%)	
화면 비율	인쇄 세로형 비율(82%), 인스타그램용 세로형(4:5)(10%), 디지털 스크린 세로형(9:16)(4%), 혼합(4%)	

표 30 인스타그램(Instagram)에서의 무빙 포스터 작품 사례 분석 결과 요약

첫 번째로, 헤드라인, 슬로건, 로고, 주제개체, 부주제개체 등 다양한 그래픽 요소들이 시선 유도와 정보 전달을 고려하여 배치되었다. 문자를 포함한 다양한 시각 요소들이 하나의 화면 안에서, 전통적 포스터와 유사한 구도로 배치되어 일반 동영상 미디어와의 외향적 차별점을 보였다. 두 번째로, 포스터의 이벤트 정보는 작품의 재생 시간이 길더라도 대부분(88%) 상시적으로 노출되었다. 따라서 일반적으로 15초 이상을 감상해야 온전한 정보를 얻을 수 있는 광고 영상과 달리 무빙 포스터의 재생시간 중 5초 내의 짧은 시간만을 응시해도

포스터의 메시지, 이벤트 정보를 파악할 수 있었다. 세 번째로, 사운드는 사용하지 않는 경우가 대부분(82%)이었다. 동영상의 대표적인 구성요소로 언급되는 사운드가 사용되지 않는다는 점은 무빙 포스터가 기술적으로는 동영상이지만 외형적으로는 일반 동영상이 아닌 전통적 포스터의 특성을 유지하고자 한다는 방증이다. 사운드를 사용하는 경우 BGM의 비중이 가장 높았으며(13%) 그래픽 요소의 움직임과 조화를 이루어 복합 감각에 호소하였다.

반대로 인쇄 포스터와 달리 동영상 미디어의 특성이나 뉴미디어 플랫폼의 특성을 이용하여 전통적 포스터와의 차별점을 추구하는 모습도 볼 수 있었다. 첫 번째로, 움직임에 관한 부분이다. 시각 요소, 카메라, 시퀀스의 움직임은 인쇄 포스터에서는 볼 수 없던 모습이었다. 어느 시점에 작품을 감상하는지에 따라 외형적으로 인쇄 포스터로 혹은 동영상 캡처 화면으로 보일 수도 있었다. 두 번째로, 화면 비율은 특정 비율이 재생시간 전체에 걸쳐 유지되는 경우가 대부분(96%)이었지만, 인쇄 매체 포스터의 세로 비율과 인스타그램의 세로 비율을 혼합하여 사용하는 등 화면 비율 변형의 움직임을 통해 인스타그램 플랫폼의 특성을 창의적으로 이용하는 방식도 눈에 띄었다. 예를 들어, 무빙 포스터 영상의 초반부에는 인쇄 매체 포스터 비율로 작업을 보여주다가 중반부에 인쇄 매체 포스터 비율 바깥의 여백 화면도 사용하여 시야를 확장하여 비율이 고정되는 전통적인 인쇄 매체 포스터와 차별성을 부여하는 방식들이 있었다.(그림51, 53)

제 4 장 무빙 포스터의 하이퍼매개 전략과 디자인 특성

제 1 절 무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성

1. 비매개와 하이퍼매개
2. 무빙 포스터와 하이퍼매개
2. Portrait Format, Vertical Screen
3. 멀티미디어와 다층적 레이어의 사용
4. 비현실적인 움직임과 짧은 지속 시간
5. 사운드와 스토리의 부재

제 2 절 무빙 포스터의 디자인 특성

1. 정적 포스터로부터 재매개한 특성
2. 동영상 미디어로부터 재매개한 특성
3. 무빙 포스터에서 새롭게 변화한 특성

제 1 절 무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성⁸⁸

1. 비매개와 하이퍼매개⁸⁹

볼터와 그루신(Bolter & Grusin)의 재매개론에 의하면 미디어는 재매개 과정에서 두 가지 전략을 취할 수 있다. 첫 번째는 ‘비매개’이고, 두 번째는 ‘하이퍼매개’다. 투명성의 비매개는 보는 자가 미디어(캔버스, 사진 필름, 영화 등)의 존재를 잊고 자신이 표상 대상물의 존재 속에 있다고 믿게 할 목적으로 만들어진 시각적 표상 양식이다.⁹⁰ 르네상스 서양 회화에서 원근법과 사실주의 기법은 감상자가 그림속의 이미지를 현실과 구분할 수 없게 만들 것이라고 믿었던 것이나, 영화라는 미디어를 통해 감상자가 사진 보다 더욱 생생하게 미디어가 표상하는 영화 속 세상에 실재한다고 느낄 것이란 믿음을 추구한 것이 그 예시이다. 이러한 미디어들은 재매개 과정에서 투명성의 비매개 전략을 추구하고 있음을 알 수 있다.

88 4장 1절의 내용은 연구자의 게재논문을 발전시켜 인용함. Hyeeyeon Chun, "A Study on the Logic of Remediation in Moving Poster." *The Korean Society of Science & Art* 37, no. 5 (December 2019): 319-29.

89 J. David Bolter and Richard Grusin, *재매개: 뉴미디어의 계보학*, trans. 이재현 (Seoul: Communication Books, 2006), 18-52.

90 위의 책, 327.



그림 54 비매개의 예시(영화(위), 원근법(하단 좌측), 사진(하단 우측))

또 다른 재매개 전략인 하이퍼매개는 보는 자에게 미디어를 환기시켜줄 목적으로 만들어진 시각 표상 양식이다. 감상자에게 미디어의 존재를 잊고 미디어 너머의 세계를 투명하게 느낄 수 있게 만든다는 비매개의 전략과 달리 미디어의 존재를 의도적으로 부각시키는 방식이다. 중세 채색 서적, 성당의 재단화, 폴라주와 사진몽타주, 버튼과 윈도우로 구성되는 멀티미디어 응용체계, 월드와이드 웹페이지 등이 그 예시이다. 이러한 미디어들은 감상자에게 미디어가 표상하는 이미지들 뿐 아니라 미디어의 형식 자체를 끊임없이 환기시킨다.⁹¹

91 하이퍼매개 기본 이론은 J. David Bolter and Richard Grusin, 재매개: 뉴미디어의 계보학, trans. 이재현 (Seoul: Communication Books, 2006)에서 해당 내용을 요약함.

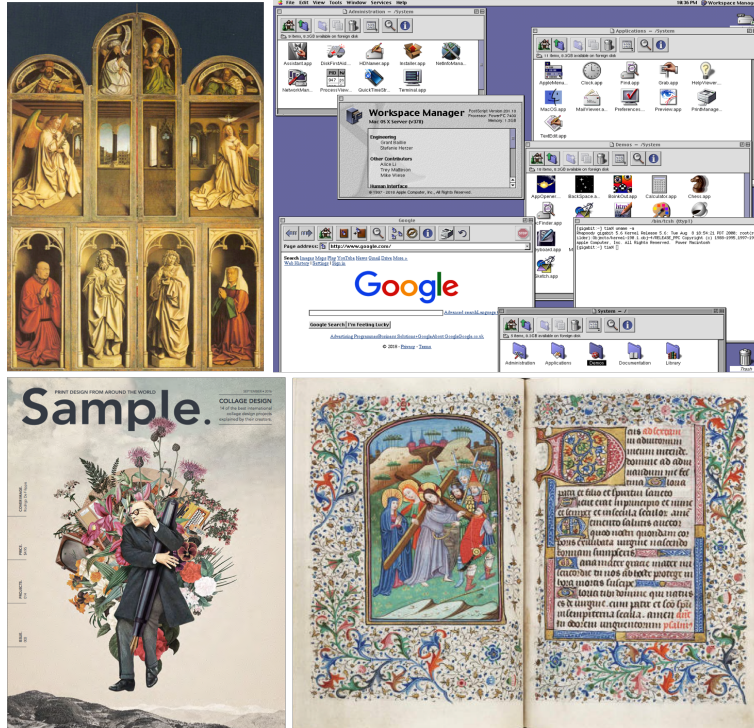


그림 55 하이퍼매개 예시(제단화(상단 좌측), 버튼과 윈도우로 구성되는 멀티미디어 응용체계(상단 우측), 그래픽 디자인과 플라주(하단 좌측), 중세 채색 서적(하단 우측)

2. 무빙 포스터와 하이퍼매개

재매개론에 따르면 무빙 포스터는 대체적으로 미디어의 존재를 부각시키는 하이퍼매개 전략을 취한다고 볼 수 있다. 일상에서 눈에 띄어야 하고 메시지·정보 전달의 성격을 지니는 포스터는 미디어적 특성을 드러낼 수밖에 없다.

무빙 포스터의 하이퍼매개적 특성은 다음과 같은 부분에서 드러난다. 첫째, 무빙 포스터는 기술적으로 동영상 형식임에도 불구하고 일반적인 동영상 미디어와 달리 전통적인 인쇄 매체 포스터의 세로 화면 비율을 취한다. 둘째, 이미지, 텍스트, 애니메이션, 비디오 등 멀티미디어 요소가 병치되고 다층적 레이어가 사용된다. 셋째, 비현실적인 움직임과 짧은 지속 시간을 지닌다. 넷째, 사운드, 내러티브 등 전통적인 영화, 비디오에서의 구성 요소 부재 경향 때문에 감상자의 투명한 몰입을 방해한다.

3. Portrait Format, Vertical Screen

무빙 포스터는 대부분 전통적인 포스터에서 사용해 온 세로형의 Portrait Format 비율로 제작된다. 무빙 포스터가 기술 및 형식상으로는 동영상으로 분류됨에도 불구하고 세로형 비율을 사용한다는 점은 전통적인 동영상 미디어의 화면 비율과 구별되는 지점이다. 영화, 텔레비전 등 대부분의 동영상 미디어의 화면은 가로형 비율인 Landscape Format으로 발전해왔다.⁹² 기술적으로는 동영상 형식인 무빙 포스터가 세로형의 화면을 채택함으로써 기존 동영상 미디어와 구별되어 감상자에게 이질적으로 느껴질 수 있고, 이 자체로 미디어의 존재감을 드러낼 수 있다.

세로형 화면은 좁은 벽면이나 기둥에도 붙여야 했던 인쇄 매체 포스터의 전통을 계승한다. 현대에도 대부분의 포스터 작업들은 세로형 비율을 기본으로 한다. 예를 들어, 구글(Google)등의 검색엔진에서의 ‘poster’ 검색 결과나, 이미지

92 Hwa Sun Song, "Exploratory Study of Applied Aesthetics in Vertical Video," *The Treatise on The Plastic Media* 21, no. 4 (2018): 205.

위주의 SNS인 인스타그램(Instagram), 핀터레스트(Pinterest)에서 디자이너들의 포스터 작업만을 모아서 보여주는 계정들의 대다수 작품들은 세로형 비율을 사용한다.⁹³ 이러한 현상들을 보았을 때 세로형 화면은 인쇄 매체 포스터가 탄생했던 과거부터 무빙 포스터가 유행하는 현재까지 포스터의 전형적인 비율로 기능하고 있음을 알 수 있다. 샤우프(Schaub) 또한 Weltformat Graphic Design Festival에 전시할 무빙 포스터의 첫 번째 기준으로 'Portrait Format'을 이야기했다⁹⁴.

무빙 포스터가 채택한 세로형 화면은 감상자의 주목도를 높이고, 잠깐의 시간동안 효율적으로 정보를 전달할 수 있는 것으로 보인다. 기존 인쇄 매체 포스터의 비례를 차용하여 바쁜 사람들도 잠시 흘끗 응시하는 행위만으로 정보를 파악 가능한 형식이다. 송화선(2018)은 세로 영상이 화면에 대상의 동작과 감정을 함께 담을 수 있어 흥미와 몰입감을 높일 수 있다고 이야기한다.⁹⁵

93 Hyeyeon Chun, "A Study on the Logic of Remediation in Moving Poster." *The Korean Society of Science & Art* 37, no. 5 (December 2019): 319-29.

94 Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

95 Hwa Sun Song, "Exploratory Study of Applied Aesthetics in Vertical Video." *The Treatise on The Plastic Media* 21, no. 4 (2018): 202-10.



그림 56 최근 환승 공간에서 늘어나고 있는 세로형 디지털 사이니지



그림 57 짧은 모바일 비디오를 공유하는 플랫폼 'TikTok'

반면 가로형 비율의 TV프로그램이나 영상 광고들은 감상자가 집중하여 오랜 시간 응시할 것을 요구한다. 이는 수많은 콘텐츠들에 둘러싸인 바쁜 현대인들에게 시간이나 집중력이 부족할 때 외면받기 쉽다.⁹⁶ 최근 공공장소, 특히 바쁘게

⁹⁶ Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is

지나가는 환승 공간에서 세로형 디지털 사이니지가 늘어나고 있는 현상(그림 56)과, 모바일 기기를 통해 빠르게 콘텐츠를 소비하는 문화에서도 세로형 영상이 각광받고 있는 현상(그림 57)도 이와 관련 깊어 보인다. 무빙 포스터 혹은 모션 포스터임을 자처하는 작업들도 가로형 비율의 화면인 경우 긴 재생시간, 다양한 화면 전환 등 시각, 형식적으로 영상 광고 혹은 영화(Cinematic)에 가까워진다. 예를 들어, 인도에서 제작된 다양한 모션 포스터 콘텐츠들이 이와 같은 경향을 보인다(그림 58, 59).



그림 58 Viswasam official motion poster 캡처 이미지. 실제로 이 ‘Motion Poster’는 긴 재생 시간, 다양한 장면 전환, 풍부한 사운드의 사용 등 일반 동영상/비디오에 가까운 형식이다.

Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

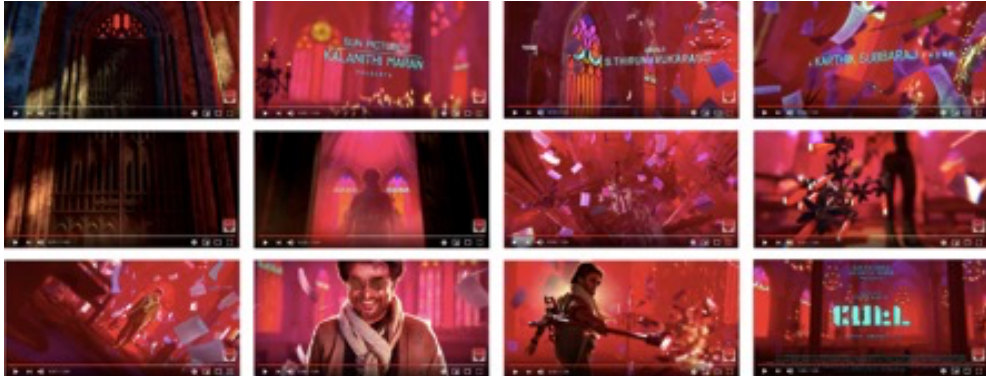


그림 59 Petta(2019)의 공식 Motion Poster 캡처 이미지. 세로형 Motion Poster와 비교했을 때 일반 cinematic 영상에 가깝다.

4. 멀티미디어와 다층적 레이어의 사용

불터와 그루신은 『재매개론』에서 시각디자인 작업의 하이퍼매개적 성격에 대해 여러 차례 언급했다. 예를 들어 ‘뉴스’ 화면은 카메라맨이 촬영한 영상 자체는 비매개 전략을 추구한다고 볼 수 있지만, 촬영된 각 영상을 하나의 화면에서 쪼개서 보여준다거나, 특정한 자막과 내용 소개 텍스트가 지속적으로 위치한다던가 하는 특유의 다층적인 화면 구성을 사용함으로써 일반 실사 촬영 동영상 혹은 영화와는 구별되는 ‘뉴스 화면’임을 표현한다. PC 모니터나 인터넷을 띄우는 창들 또한 다양한 프로그램 혹은 인터넷 페이지를 동시 다발적으로 띄우며 자신의 존재를 끊임없이 부각시킨다.



그림 60 CNN뉴스 화면 예시

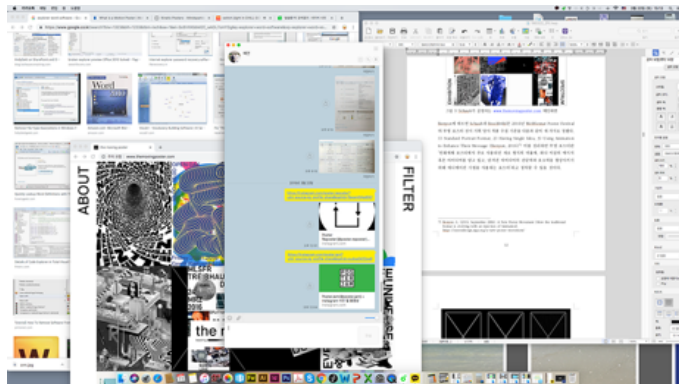


그림 61 PC 모니터 화면 예시

이러한 특징은 무빙 포스터에서도 드러난다. 실사 상품 광고 사진 혹은 영상에 가까운 무빙 포스터에서조차 포스터의 상품 사진, 영상은 투명성의 비매개 전략을 추구하는 듯 보이지만, ‘포스터’인 이상 어딘가에 제품의 상품명, 브랜드명, 각종 정보 등의 문자 요소가 병기된다. 다층적 레이어, 이질적인 요소들의 병치를 통해 감상자는 제품의 실제감에 매료되면서 동시에 미디어의 존재감을

인식하게 된다.

멀티미디어 형식과 다층적 레이어의 사용은 하이퍼매개의 전략을 추구하는 미디어에서 전형적으로 즐겨 사용하는 기법이다. ‘광고’, ‘공고’의 기능에서 출발한 포스터는 문자, 로고, 사진, 일러스트레이션 등 다양한 디자인 요소로 구성된다. 이는 포스터 화면 안의 이미지가 현실 세계의 풍경은 물론 현실세계를 투명하게 매개하려는 일반 사진, 영상과 다른 시각 규칙을 사용함으로써 그들과 구별되기 위한 노력이라고 볼 수 있다. 필터를 적용하거나 오려 붙여진 사진들이 사용되고, 컴퓨터 그래픽 기반의 각종 오브젝트나 라인 등이 병치되고, 텍스트가 그 이미지들 위에 나열되어 다층적인 레이어가 형성되는 형식들은 특유의 비현실적인 시각 규칙 때문에 현실 풍경에서 유리된다. 무빙 포스터는 전통적인 인쇄 포스터의 구성 요소 외에 움직임 요소가 추가되어 ‘멀티미디어와 다층적 레이어를 사용’하는 하이퍼매개적 특성이 강화되었다. 그 외에도 하나의 무빙 포스터 내에서 화면 비율이 변하는 행위나 사운드를 사용하는 경우도 위의 특성을 강화한다.



그림 62 Beauty and the Beast(2017)의 모션 포스터. 원근감 등 사실적 표현과 프레임 위로 나온 인물의 움직임은 비매개 특성이라고 할 수 있지만, 하단의 영화 제목은 '투명한 몰입'을 방해한다.



그림 63 문자, 2d & 3d 일러스트레이션, 사진 등 멀티 미디어와 중첩된 레이어의 사용한 무빙 포스터

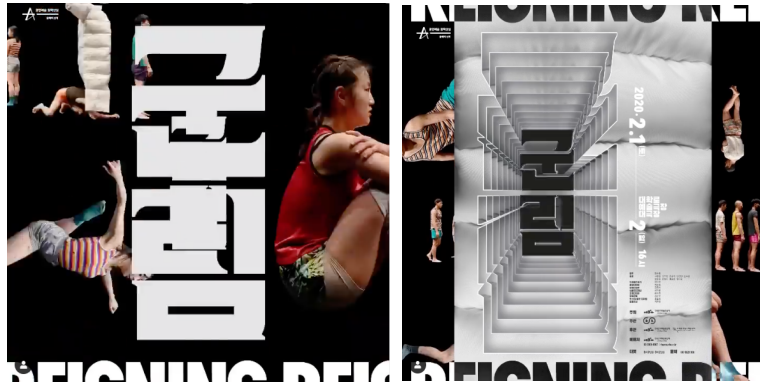


그림 64 화면 비율을 혼합하여 사용하는 예시

5. 비현실적인 움직임과 짧은 러닝 타임

무빙 포스터는 정적인 포스터에서 감상자의 흥미를 높이고 메시지를 보다 효율적으로 전달하기 위해 움직임을 더한 포스터이다.⁹⁷ 그러나 TV프로그램, 광고, 영화 등 일반 동영상 미디어에 비해 러닝 타임이 매우 짧고 서사(내러티브)를 포함한 영상이 아닌 카메라 동작이나 장면 전환이 제한된 시각적으로 고정된 화면에서 시각 요소들이 단순히 변화하거나 움직이는 방식이 주를 이룬다.

무빙 포스터에서의 움직임은 시각 요소들의 동작, 카메라의 동작, 시퀀스의 동작(장면 전환)으로 나누어 볼 수 있다. TV 프로그램, 영화, 광고 등 일반 영상 미디어들에서는 시각 요소들의 동작, 카메라의 동작, 시퀀스의 동작 모두가 다양하게 사용되는 것이 보편적이고 각 미디어별 영상 문법이 존재한다. 그런데 무빙 포스터의 경우 기술적으로 영상이지만 3가지 움직임의 영역 기준으로

⁹⁷ 위의 링크

볼 때 위의 일반 영상 미디어들과 다른 양상을 보인다.

시각 요소들의 동작은 거의 모든 무빙 포스터에서 보인다. 시각 요소들의 동작은 일반적으로 배경을 기준으로 나머지 요소들의 움직임에 따라 판별하는데, 무빙 포스터에서 시각 요소들의 움직임은 시각 요소들 각각의 기계적인 ‘색상 변화’, ‘회전’, ‘크기 변화’, ‘위치 이동’ 등 몇 가지 패턴으로 구성되고 약 10초 내외의 짧은 러닝 타임 동안 반복된다. 이는 실사 영상이 반영하는 현실 세계의 자연스러운 움직임, 예를 들어 사람들이 이동하거나 바람에 나뭇잎이 날아가거나 해가 지면서 주변의 색상과 명도가 달라지는 등의 변화와는 느낌을 달리하며 미디어 내의 콘텐츠로의 자연스러운 몰입을 추구하는 비매개 전략과는 구별된다.

또한 무빙 포스터에서는 다른 영상 미디어들에서 쉽게 접할 수 있는 카메라나 시퀀스의 동작이 없는 경우가 많다. 카메라의 동작이나 장면 전환은 대부분 재생시간이 긴 무빙포스터, 특히 모션포스터에서 제한적으로 사용되었다. 장면 전환 시에 우리가 일반적으로 생각하는 ‘영화’, ‘애니메이션’ 혹은 ‘tv광고’처럼 자연스럽게 연결되지 않는 경우도 많았다. 카메라나 시퀀스 동작이 발생하는 경우 시각 요소들의 움직임이 없어지거나 제한되는 경우도 볼 수 있었다(그림).

결국 일반 영상 미디어들에서 시각 요소, 카메라, 시퀀스의 움직임이 하나의 콘텐츠 안에서 적절하게 섞여 보여지는 것과 다르게 무빙 포스터에서는 3개의 움직임 중 하나의 움직임만 작동하거나 그마저도 현실세계의 움직임과는 다른 움직임을 보이는 경우가 많다. 비현실적인 움직임과 짧은 러닝타임은 콘텐츠 자체에 대한 순수한 몰입을 방해하고 미디어의 존재를 부각시킨다.

이러한 특징은 무빙 포스터들이 주로 취급되는 미디어들-디지털 사이니지 혹은 온라인 플랫폼-의 특성과 사용자들의 행동 양상 때문에 더욱 강화된다. 무빙 포스터나 정적 포스터를 주로 취급하는 공공 장소용 세로형 디지털 사이니지는

주로 환승 장소, 혹은 사람들이 바쁘게 이동하는 장소에 설치된다. 이는 사람들이 스크린의 내용에 주의를 기울일 시간은 수 초 정도며, 그 시간 동안 사람들의 이목을 끌고 핵심적인 정보를 전달해야 한다는 것을 의미한다. 재생 시간이 짧아지고, 사람들의 시선을 끌기 위해 이질적인 움직임 요소가 포함되게 된다.

모바일을 통한 콘텐츠의 빠른 소비가 유행하는 상황도 마찬가지이다. 최근 이미지와 동영상의 중간 성격을 갖는 Animated Gif, 혹은 움직이는 짤방이 온라인에서 인기를 끌고 있다. Bakhshi와 5명(2016)은 Animated Gif의 인기 요인으로 '낮은 로딩 시간 및 용량', '음성 제거로 인한 조용함', '낮은 관심(집중)으로도 소화가능', '멀티태스킹을 하며 동시 다발적으로 소비 가능함'을 언급하고, 마지막으로 '특유의 이상한 움직임'으로 사용자들의 관심을 끈다고 이야기한다.⁹⁸ 온라인을 통해 배포되는 포스터 혹은 포스터와 유사한 광고물들도 Animated Gif와 유사한 재생 시간과 파일 형식, 움직임 방식을 통해 주목받고 메시지를 효과적으로 전달한다. 결국, 짧은 지속시간과 무빙 포스터 요소들의 특이한 움직임이 미디어 자체의 존재를 부각시키고, 감상자의 흥미를 이끌며, 핵심적인 메시지를 전달한다고 볼 수 있다.

6. 사운드와 스토리의 부재

무빙 포스터는 일반 동영상 미디어에 대부분 포함되는 사운드와 내러티브 요소가

98 Saeideh Bakhshi, David A. Shamma, Lyndon Kennedy, Yale Song, Paloma de Juan, Joseph 'Jofish' Kaye. "Fast, Cheap, and Good: Why Animated Gifs Engage Us." Proceedings of the CHI Conference on human factors in computing systems, San Jose, CA, USA, 2016, 575-586.

부재하거나 제한적으로 사용되는 경우가 많다. 사운드와 내러티브의 부재는 무빙 포스터 작업의 실제감을 약화시키고 콘텐츠 자체에 대한 몰입을 방해한다.

사운드와 내러티브가 부재하거나 최소한으로 사용된다는 특징은 무빙 포스터의 ‘짧은 러닝 타임’과 ‘미디어 환경’의 속성과도 연결된다. 짧은 재생시간은 영상에 최소한의 내러티브를 담기 힘들게 만든다. 주창윤(2003)은 내러티브(서사)는 영화, 텔레비전, 광고 등 동영상 분야에서 커뮤니케이션의 핵심 요소이며, 인쇄광고, 사진 등은 시간의 흐름이 중요하지 않은 비서사적 텍스트라고 언급하였다.⁹⁹ 무빙 포스터라는 형식이 사람들에게서 10초 이하 정도의 시간을 할당받을 수 있는 상황에 적합한 매체라고 할 때, 스토리 라인이나 특별한 내러티브를 포함시킬 수 있는 절대적인 시간이 부족하다고 볼 수 있다. 반면 재생시간이 긴 포스터일수록 내러티브와 소리 요소가 증가한다. 그림 58과 그림 59의 모션 포스터들은 가로 화면, 1분 이상의 긴 재생시간, 다양한 장면 전환 및 서사, 사운드 사용 등 정적인 포스터보다는 일반 비디오 형식에 매우 가깝다고 볼 수 있다.

영화, TV프로그램, 뮤직비디오, 애니메이션 등의 동영상은 움직이는 연속적인 화면과 함께 음향이 재생되는 경우가 일반적이다. 환승 장소 등에 설치되는 디지털 사이니지 기기나 SNS를 비롯한 모바일 플랫폼 등에서는 소리를 재생이 자유롭지 않은 경우가 많다. 환승 공간 등 공공장소에 설치되는 디지털 사이니지의 특성상 소리를 충분하게 틀 수 없거나 소리가 들리더라도 매우 짧은 시간만 사용자들이 들을 수 있고, SNS등에서는 때문에 효과가 떨어지기 때문으로 보인다. 온라인에 올라오는 개인 디자이너 작업들을 포함한 다양한 움직이는 포스터들도 대부분 소리가 없는 경우가 많다. 다만 영화, 음악 행사, 파티 행사 등을 홍보하는 경우 사운드를 적극적으로 사용하기도 한다.

99 Chang Yun Joo, *영상 이미지의 구조* (과주:나남, 2003), 165.

결국, 짧은 재생 시간으로 인한 사운드와 내러티브의 부재로 콘텐츠와 감상자간의 투명하고 긴밀한 소통보다는 잠깐의 시간동안 미디어의 존재를 부각하는 하이퍼매개적 특성을 지니게 된다.

제 2 절 무빙 포스터의 디자인 특성

앞서 살펴보았던 모든 내용들을 재매개론 관점에서 다시 종합하여 정리한다. 무빙 포스터는 보다 효과적으로 감상자의 관심을 끌고 메시지를 전달하고자 기존 인쇄 매체 혹은 정적 포스터에 애니메이션을 통한 부분적인 움직임을 더한 포스터이다. 무빙 포스터는 재매개적 관점에서 기존 정적 포스터와 동영상 미디어의 장점을 재매개하며 정적 포스터, 영상 미디어와 비교하며 스스로의 문화적 의미를 획득하고 있다. 무빙 포스터를 정적 포스터를 재매개한 부분, 동영상을 재매개한 부분, 그리고 양측에서 차용했지만 무빙 포스터에서 새롭게 사용되는 부분으로 나누어 살펴보고 무빙 포스터의 디자인 및 표현 특성에 대해 정리하고자 한다.

1. 정적 포스터로부터 차용한 특성

무빙 포스터는 기본적으로 기존 정적 포스터의 특성이 드러나야 한다. Moving + Poster라는 용어의 구조는 이 새로운 미디어가 포스터의 한 종류라는 것을 암시한다. 2016년 Weltformat Graphic Design Festival에서 무빙 포스터 전시를 기획했던 샤우프(Shaub) 또한 “무빙 포스터는 여전히 포스터지만, 애니메이션 부분은 (CMYK 이외에) 5번째 색상이나 특별한 인쇄 가공 같은 것(It is still a poster, but the animation part is more like a fifth colour, or a special print technique.)”¹⁰⁰라고 언급하며 무빙 포스터는 기본적으로 동영상인 것이 아닌, 포스터임을 주지하였다.

앞서 내용들을 바탕으로 무빙 포스터가 정적 포스터로부터 차용한 속성을 3가지로 보았다. 아래의 특징들은 사람들이 ‘포스터’로 칭하는 작업들에서 일반적으로 인지하는 디자인 및 표현 특성의 상당부분을 구성하는 속성이기도 하다. 첫째, 무빙 포스터는 주로 세로형 포맷인 Portrait Format을 사용한다. 둘째, 무빙 포스터는 일반적으로 문자와 이미지를 함께 사용하여 특정 아이디어, 생산물, 행사에 관한 메시지나 정보를 전달한다. 셋째, 무빙 포스터는 헤드라인, 슬로건, 로고, 사진, 주제개체, 부주제개체, 주조색, 보조색 등 다양한 그래픽 요소로 구성된 다층적 레이어 형식을 사용한다. 넷째, 무빙 포스터는 그리드, 레이아웃, 타이포그래피, 함축적이고 완성도 높은 시각 요소 선택 등 그래픽 디자인 특유의 정교한 화면 구성과 시각적 문법이 드러난다.

100 Benyon, Luc, "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.

1) Portrait Format

Portrait Format, 세로형의 화면은 좁은 벽면이나 기둥에도 붙여야 했던 인쇄 매체 포스터의 전통을 계승한다. N Screen과 온라인 플랫폼의 다양화로 전통적인 세로형 포스터 포맷 외에 정사각형에 가까운 비례 등 다양한 규격의 포스터를 제작할 수 있음에도 온라인 공간이나 공공 공간에 게시되는 대부분의 무빙 포스터들은 여전히 세로형 규격의 전통을 따르고 있다. 세로형 화면은 무빙 포스터가 기술적으로 동영상임에도 가로형 화면 중심으로 발전해 온 대부분의 영상 미디어와 구별되는 첫 번째 지점이라고 볼 수 있다.

2) 문자와 이미지를 함께 사용하여 메시지를 전달

포스터가 ‘공공 공간에서 아이디어, 제품, 행사를 홍보하고 메시지를 전달하는 디자인’이라는 정의는 2장 2절에서 언급한 바 있다. 2장 3절에서 포스터의 구성요소를 분석했던 5개의 선행 연구들은 포스터의 구성 요소를 ‘언어적 요소’와 ‘시각적 요소’로 구분하여 설명하였다. 제품이나 인물 사진 등 이미지로만 구성하거나, 시각적 특성을 최대한 배제하며 문자로만 이루어진 포스터를 만들 수도 있지만 이러한 것들은 포스터보다는 사진, 초상, 공문 등 포스터와 다른 무언가로 인식된다. 시각요소로 문자만을 이용한 포스터도 표현적 타이포그래피 혹은 레이아웃 등 그래픽 디자인의 여러 장치들을 통해 포스터로 보이도록 정교하게 구성된다. 결국 특정 메시지나 정보를 전달하고 시선을 유도하기 위해 하나의 화면 안에 디자인되는 무빙 포스터의 특성상, 주로 문자와 이미지를 함께 사용하는 인쇄 포스터의 구성을 차용한다.

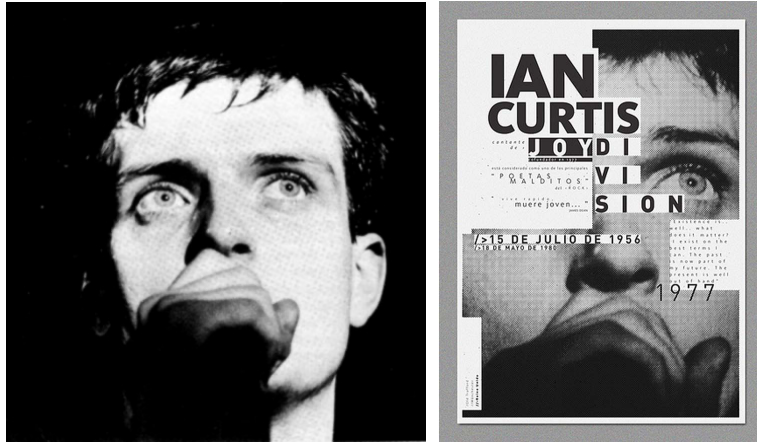


그림 65 사진과 포스터

3) 다층적 레이어와 정교한 시각 요소

포스터는 헤드라인, 슬로건, 로고, 사진, 주제개체, 부주제개체, 주소색, 보조색 등 다양한 그래픽 요소들이 중첩되어 구성된다. 이는 포스터가 다층적 레이어 형식을 사용하도록 만들고 포스터의 하이퍼매개적 특성을 강화한다. 주로 '투명성의 비매개' 전략을 추구하여 감상자를 미디어 속의 표상 대상물에 몰입시키는 일반 사진이나 실사 촬영 영상과는 달리 문자, 로고, 메인 비주얼, 다이어그램 등 다양한 그래픽 형식이 하나의 화면에서 중첩되고 이로 인해 '포스터'라는 미디어의 존재 자체를 환기시키는 '하이퍼매개' 전략을 사용하는 것이다. 볼터와 그루신이 『재매개』에서 자막과 촬영된 각 영상을 쪼개어 보여주는 뉴스 화면, 온갖 탭들과 배너, 문자, 이미지로 구성된 인터넷 화면, 풀라주 기법을 사용하여 만들어진 포스터를 비롯한 시각디자인 작업의 하이퍼매개적 성격에 대해 언급했던 것처럼 무빙 포스터 또한 일반적으로 유사한 양상을 보인다.

포스터에는 또한 수세기에 걸쳐 축약된 특유의 화면 구성과 그래픽 디자인의

시각 문법이 녹아들어 있다. 그리드, 레이아웃, 타이포그래피에 관한 법칙 등이 포함되며, 전달하고자 하는 메시지의 내용을 함축하는 완성도 높고 상징적인 시각 이미지들이 사용된다.

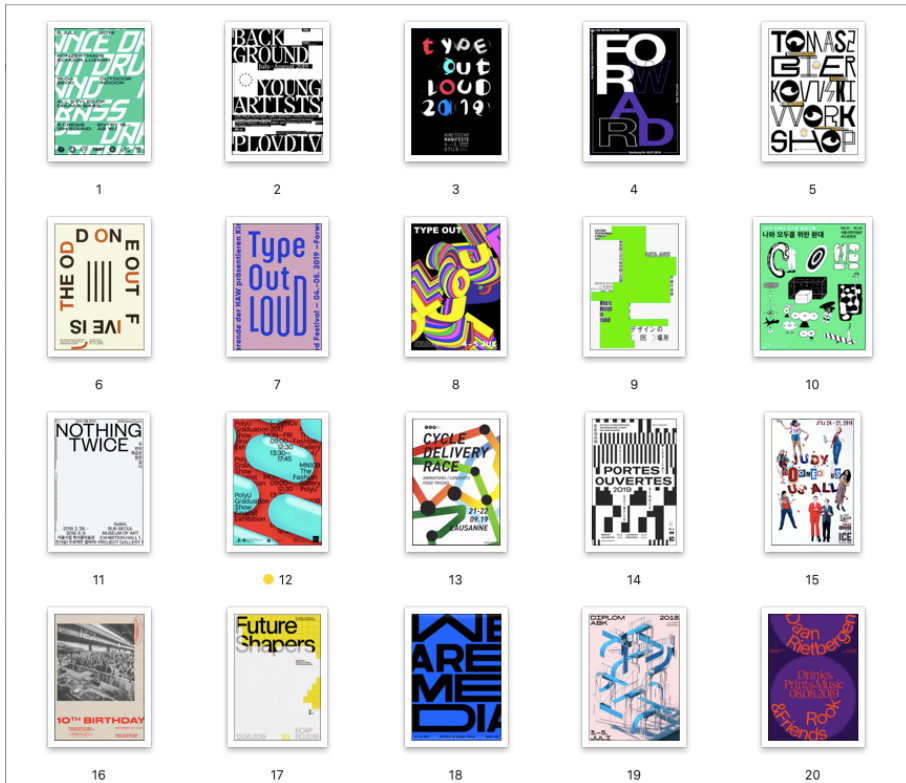


그림 66 인쇄 포스터와 외적으로 유사한 다양한 무빙 포스터들

2. 동영상 미디어로부터 차용한 특성

다음은 무빙 포스터에서 동영상 미디어를 채택한 부분이다. 영상의 구성 요소와 특징에는 여러 가지가 있지만 무빙 포스터와 관련하여 논의할 키워드는 크게 세 가지로 ‘멀티미디어’, ‘시간성’, ‘움직임 및 화면 구성 특성’이며 각 키워드와 관련된 움직임은 포스터의 특징은 다음과 같다. 첫째, 무빙 포스터는 문자, 이미지, 동영상, 사운드 등이 복합적으로 구성되어 복합감각에 호소하는 멀티미디어적 특성을 지닌다. 둘째, 무빙 포스터는 동영상 미디어와 동일하게 ‘시간성’의 특징을 갖는다. 셋째, 무빙 포스터에서는 움직임(애니메이션)이 포함된다.

1) 멀티미디어적 특성

무빙 포스터는 기술적인 측면에서 mp4, avi, gif 등의 확장자를 가진 동영상이라고 볼 수 있다. 동영상의 파일 형식은 시각에만 호소하던 정적인 이미지로만 이루어진 포스터, 사진, 그림이나 청각에만 호소하던 음성 파일과는 달리 영상, 문자, 사운드 등 멀티미디어로 구성되어 복합 감각에 호소할 수 있는 가능성을 만든다.

복합 감각에 호소하는 미디어는 단일 감각에 호소하는 미디어보다 훨씬 더 구체적이고 효율적으로 정보를 전달할 수 있다.¹⁰¹ 예를 들어, 특정 가수의 새로운 앨범 홍보를 위한 다양한 미디어들을 생각해볼 수 있다. 앨범 커버 이미지, 정적 포스터, 인터뷰 기사, 앨범 음성 트랙, 음성 광고 보다는 영상, 문자, 사운드가 결합된 멀티미디어 형식의 무빙포스터가 보다 표현적이고 구체

101 Se-In Oh, *영상매체란 무엇인가* (서울:커뮤니케이션북스, 2004), 73.

적으로 정보를 전달하고 복합감각에 호소할 수 있다.



그림 67 문자, 이미지, 동영상, 사운드가 혼합된 멀티미디어 형식의 무빙 포스터

무빙 포스터가 동영상으로부터 차용한 멀티미디어적 특성은 무빙 포스터 내에서도 ‘정적 포스터’보다는 ‘동영상’의 형식에 가까울수록 드러나는 경향이 있다. 3장에서 소개한, 일반 영상에 가까운 최근 인도의 모션 포스터의 예시와 인쇄 포스터에 가까운 모션 포스터들의 예시들이 이러한 특징을 반영한다. 전자의 경우가 후자의 경우에 비해 훨씬 더 구체적, 설명적, 표현적이다. 반면 후자의 예시들은 사운드와 영상의 특성이 없어지거나 약해지며 설명적인 특징은 사라지지만 함축성, 추상성, 상징성 등이 강화되기도 한다.

2) 시간성

무빙 포스터가 기술적으로는 동영상 미디어이기 때문에 동영상과 동일하게 ‘시간’ 특성이 더해지며 정적 포스터와 달리 러닝 타임이 발생한다. 포스터의 러닝 타임이 흘러감에 따라 화면의 형태적 요소들이 변화한다.

3) 움직임(동작)

무빙 포스터에는 정적 포스터에 없는 움직임 특성이 추가된다. 시각 요소들의 위치나 크기 변화 없이 배경 색만 은은하게 바뀌는 약한 움직임부터 영상에 포함된 사운드에 맞춰 시각 요소가 움직이고 장면이 빠르게 전환되는 영상들까지 움직임의 종류는 다양하다. 무빙 포스터에서의 움직임 특성은 포스터의 메시지를 보다 효과적으로 전달하고 감상자의 시선을 끌기 위해 다양한 방식으로 제작된다.

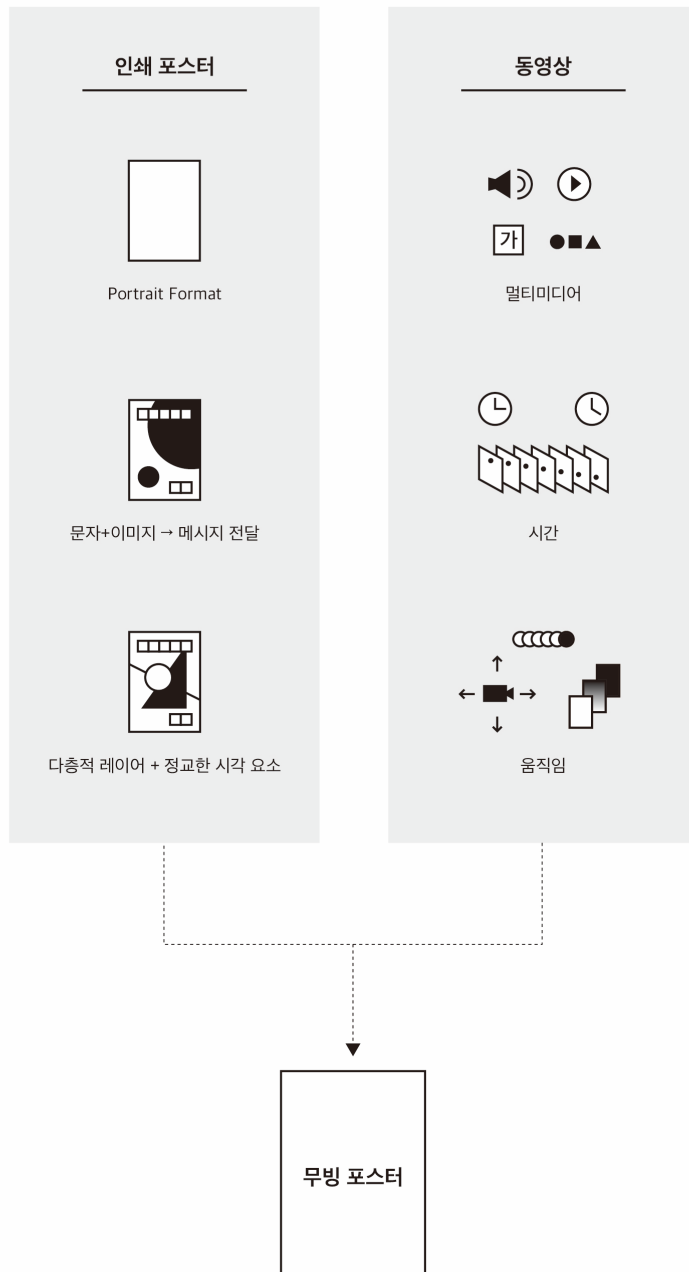


그림 68 무빙 포스터가 인쇄 포스터와 동영상 미디어로부터 재매개한 특성

3. 무빙 포스터에서 새롭게 변화한 특성

결국 무빙 포스터는 정적 포스터로부터는 Portrait Format, 문자와 이미지를 함께 사용하여 메시지 전달, 다층적 레이어, 그래픽 디자인의 시각적 문법을, 동영상 미디어로부터는 멀티미디어, 시간, 움직임 특성을 차용했다고 정리할 수 있다. 그런데 각각의 미디어로부터 매개한 앞서의 특성들은 무빙 포스터라는 새로운 미디어로 옮겨오면서 조금씩 변형된 모습을 보인다. 그리고 변형된 속성들은 해당 속성을 차용한 각 매체의 특성을 약화시킨다.

1) Portrait Format

세로형 화면은 정적 포스터의 기본적인 특성 중 하나이며 무빙 포스터가 기술적으로는 동영상이지만 일반 타 동영상 미디어와는 구별되는 지점이다. 대부분의 무빙 포스터는 세로형 화면을 사용하지만 특정 SNS에 업로드 된 몇몇 작업들은 고정되지 않은 화면비율을 보이거나 인도권에서 유행하는 모션 포스터에서는 가로형 작업들을 종종 볼 수 있다. 특히 인쇄 포스터의 세로형 비율과 SNS에서 주로 사용되는 정방형 비율을 혼합해서 사용하는 경우 혹은 화면이 3차원 방향으로 회전하거나 원근감이 생기도록 돕는 등의 다양한 화면 변형 시도는 무빙 포스터가 보다 새로운 미디어라는 인상을 줄 수 있다.



그림 69 화면 비율을 넘나드는 무빙 포스터 예시

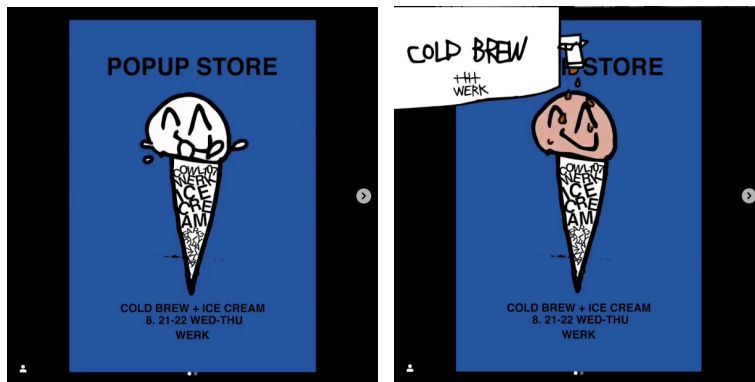


그림 70 화면 비율을 넘나드는 무빙 포스터 예시

결국 무빙 포스터에서는 포스터가 실리는 플랫폼이나 디지털 스크린의 성격에 따라 포스터 특유의 구성을 유지하면서도 적절한 장면 전환을 통해 동영상과 전통적 포스터의 사이를 오가기도 하고, 작품의 재생 시간 중간에 화면 비율을 변경하거나 혼합하는 등 동영상 미디어 혹은 새로운 디지털 기술과 결합된 새로운 매체임을 드러낸다.

2) 문자와 이미지를 함께 사용하여 메시지 전달

정적 포스터는 하나의 화면 혹은 인쇄물로 고정된다. 따라서 포스터의 기능을 수행하기 위해 대부분의 정적 포스터는 메시지를 정확하게 전달하는 문자와 이미지가 함께 화면에 고정된다. 무빙 포스터 또한 정적 포스터의 이러한 특성을 차용하였다. 무빙 포스터는 정적 포스터처럼 재생되는 러닝타임 내내 문자 정보를 고정하기도 하지만 아닌 경우도 있다. 재생시간 동안 정보가 표시되는 정도는 무빙 포스터 작업마다 달라진다. 즉, 재생시간 동안 항상적으로 문자 정보가 고정되지 않는 경우 무빙 포스터를 보는 특정 시점에서는 무빙 포스터가 ‘포스터’가 아닌 ‘일반 영상 미디어’로 인지될 수 있는 여지가 남는다.

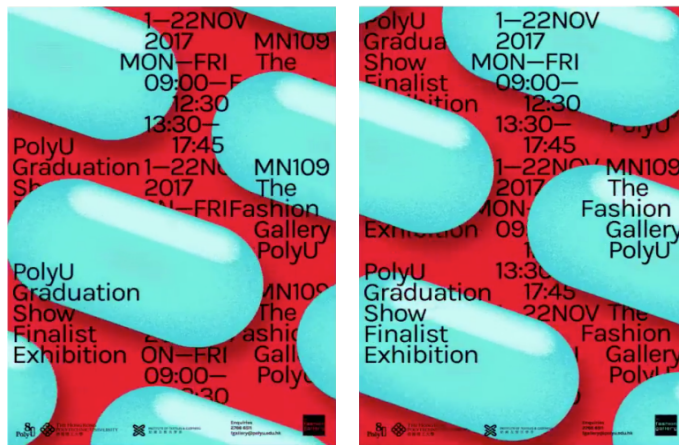


그림 71 재생시간 동안 정보가 거의 고정되는 경우



그림 72 재생시간 동안 정보가 고정되지 않는 경우

3) 다층적 레이어, 시각적 문법

위와 마찬가지로이다. 정적 포스터에서 다층적 레이어의 사용, 그래픽 디자인으로서 포스터 특유의 정교한 화면 구성과 시각 문법 사용의 문제 또한 무빙 포스터의 재생시간 내내 이루어지지 않는다.



그림 73 주제 개체들 위의 문자 레이어 생성 예시. 실사 영상 단일 레이어에 새로운 레이어가 추가된다.

4) 멀티미디어 특성

영상 미디어는 문자, 음성, 영상이 결합하여 복합 감각에 호소하고 단일 감각에 호소하는 매체에 비해 구체적이고 효율적으로 정보를 전달한다¹⁰². 무빙 포스터는 영상매체의 멀티미디어적 특성을 재매개한다. 그러나 무빙 포스터가 차용한 멀티미디어 특성 중 음성(사운드) 영역은 무빙 포스터에서 사용되지 않는 경우가 더 많다. 이는 기술적 문제와는 크게 상관없는 것으로 몇 초 내외의 시간 동안만, 공공 공간이나 온라인의 SNS에서 사람들의 시선을 사로잡으면 되는 무빙 포스터의 특성상 불필요한 사운드 영역을 사용하지 않는 전략적인 측면과 연계된다. 영상 홍보물을 볼 때처럼 과일을 번거롭게 실행하거나 사운드를 듣기 위해 주의를 기울일 필요는 없지만, 움직임 요소로 정적 포스터에 비해서는 시선을 끌고 효율적으로 메시지를 전달할 수 있는 것이다.

5) 시간

무빙 포스터는 영상 미디어로부터 시간성을 가져왔지만 무빙 포스터에서의 시간은 대체적으로 10초 이내로 타 영상미디어에 비해 매우 짧은 편이다. 짧은 시간성은 영상 고유의 특성인 사운드와 내러티브의 비중을 약화시키거나 사라지게 만든다. 반대로 일반 무빙 포스터보다는 내러티브와 사운드 요소가 중요한 콘텐츠인 ‘영화’를 홍보하기 위해 제작되는 모션 포스터에서는 짧은 시간성의 성격이 약하게 나타나는 경향을 보인다. 이와 유사하게 무빙 포스터에서도 내러티브나 사운드가 중요한 콘텐츠에 관한 메시지를 전달하거나 홍보하는 포스터들, 예를 들어, 공연이나 음반 홍보에 관련된 무빙 포스터에서는 짧은 시간성의 성격이 상대적으로 낮아지는 경향을 보인다.

102 위의 책, 75.

6) 움직임

움직임 또한 영상 미디어에서 차용한 특성이지만 무빙 포스터와 영상 미디어에서의 가장 큰 차이를 보이는 부분이고, 무빙 포스터만의 문법을 완성한 부분이다. 무빙 포스터에서의 움직임은 시각 요소들의 동작, 카메라의 동작, 시퀀스의 동작(장면 전환)으로 나누어 볼 수 있다. TV 프로그램, 영화, 광고 등 일반 영상 미디어에서는 시각 요소들의 동작, 카메라의 동작, 시퀀스의 동작 모두가 복합적으로 사용되는 것이 보편적이고 각 미디어별 영상 문법이 존재한다. 그런데 무빙 포스터의 경우 기술적으로 영상이지만 일반 영상 미디어들과 다른 양상을 보인다. 즉, 시각 요소, 카메라, 시퀀스 세 가지 종류의 움직임이 모두 보여지는 것이 아니라 한 가지나 두 가지의 움직임만이 보여 무빙 포스터 특유의 제한된 움직임을 보인다.



그림 74 카메라와 시퀀스 동작은 고정되고 시각요소만 움직이는 경우



그림 75 카메라와 시퀀스 동작은 고정되고 시각요소만 움직이는 경우

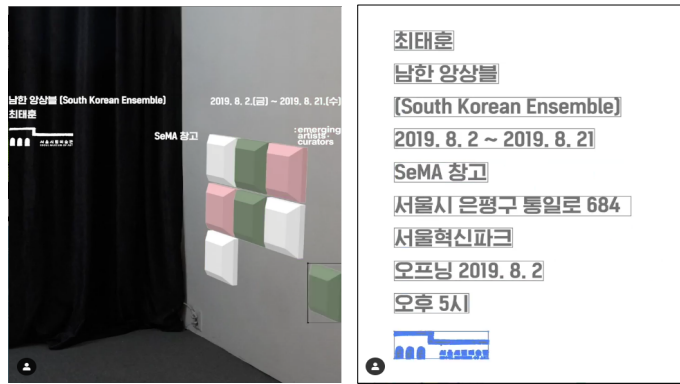


그림 76 장면전환과 시각요소 동작만 보여지고 카메라 동작은 고정됨



그림 77 줌 아웃의 카메라 동작이 주요 동작이고 시각요소들의 움직임은 파편들의 흩날림 정도로 제한된다.



그림 78 프레임 안의 영상들(우측)은 세 가지 움직임이 모두 보여지지만 전체 포스터로 보면 시각 요소의 움직임과 장면 전환만 이뤄진다고 볼 수 있다.

예를 들어, 그림 74, 75의 경우 메인 비주얼을 비롯한 시각 요소들은 움직이지만 카메라, 시퀀스 동작은 고정된다. 그림 77은 카메라 동작이 주요 움직임이며 시각 요소 움직임은 주제 개체의 움직임이 아닌 파편들의 약간의 흩날림 정도로 제한되며 시퀀스 동작도 없다. 그림 76, 78은 시각 요소의 움직임과 장면 전환이 보이지만 카메라 움직임이 고정되었다.

움직임은 무빙 포스터의 짧은 재생 시간 특성까지도 결합하여 감상자에게 일반

영상미디어와는 다른 새로운 느낌을 준다. 즉, 무빙 포스터를 재생 시간보다 오래 감상하게 되면 시각 요소들의 회전, 생성, 이동, 변화 등의 단순한 움직임들이 반복적으로 재생되는 것처럼 보인다. 패턴화된 짧은 움직임의 반복은 고정된 배경이나 정적 포스터에 비해 감상자의 시선을 끌지만, 현실 세계 사물의 움직임이나 일반 영상미디어에서 볼 수 있는 시각 요소들의 움직임과는 구별된다. 결국 감상자가 무빙 포스터 내의 콘텐츠로 투명하게 몰입하는 것을 방해하고 무빙 포스터라는 미디어의 존재 자체만을 부각한다.

무빙 포스터에서의 변형

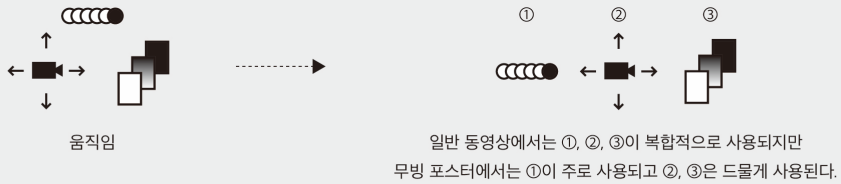
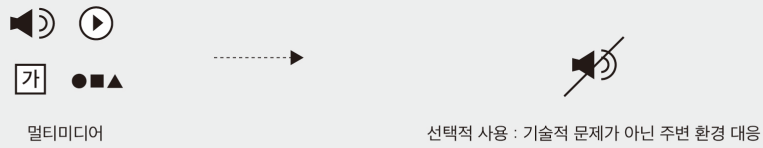


그림 79 인쇄 포스터, 동영상 미디어로부터 무빙 포스터가 새롭게 재매개 한 특성

제 5 장 결론

제 5 장 결론

본 연구는 재매개론을 통해 매체 다변화 시대의 무빙 포스터(Moving Poster) 디자인 특성을 연구하였다. 연구자는 재매개론을 기반으로 무빙 포스터가 인쇄 포스터와 동영상 미디어의 특성을 재매개하고 있음을 알 수 있었다.

무빙 포스터가 인쇄 포스터로부터 차용한 특성은 다음과 같았다. 첫째, 세로형 포맷인 Portrait Format을 사용하고, 둘째, 문자와 이미지를 함께 사용하여 특정 아이디어, 생산물, 행사에 관한 메시지나 정보를 전달하며, 셋째, 헤드라인, 슬로건, 로고, 사진, 주제개체, 부주제개체, 주소색, 보조색 등 다양한 그래픽 요소로 구성된 다층적 레이어 형식을 사용하고, 넷째, 그리드, 레이아웃, 타이포그래피, 함축적이고 완성도 높은 시각 요소 선택 등 그래픽 디자인 특유의 정교한 화면 구성과 시각적 문법이 드러났다.

무빙 포스터가 동영상 미디어로부터 차용한 특성은 다음과 같았다. 첫째, 문자, 이미지, 동영상, 사운드 등이 복합적으로 구성되어 멀티미디어적 특성을 지니고, 둘째, ‘시간성’의 특성을 갖고, 셋째, 움직임(애니메이션)을 포함하였다.

무빙 포스터는 선행 미디어로부터 차용한 특성들을 무빙 포스터라는 새로운 매체에 적합하게 변형하기도 하였다. 첫째, 세로형의 화면이 사용되지 않거나 혼합된 화면 비율이 사용되었다. 둘째, 인쇄 포스터에서 상시적으로 보이던 문자와 이미지는 무빙 포스터의 재생시간 동안 사라지는 경우도 있어 특정 시점에서는 무빙 포스터가 포스터가 아닌 일반 영상 미디어로 인지될 수 있었다. 셋째, 이와 유사하게, 다층적 레이어나 정교한 화면 구성 또한 무빙 포스터의

재생시간 내내 보여지지 않는 경우도 있었다. 넷째, 멀티미디어적 특성은 기존 동영상 미디어에 비해 약화되었으며 특히 사운드가 포함되지 않는 경우가 많았다. 이는 기술적인 문제와 상관없이 공공장소나 온라인의 SNS에서 몇 초의 시간만 사람들의 시선을 사로잡으면 되는 무빙 포스터의 특성상 불필요한 사운드 영역을 사용하지 않는 전략적인 측면과 연계된 것이었다. 다섯째, 무빙 포스터는 동영상 미디어로부터 시간성을 가져왔지만 대체적으로 10초 내의 매우 짧은 재생시간으로 제작되었다. 이는 동영상 고유의 특성인 사운드와 내러티브의 비중을 낮추거나 사라지게 만들었다. 여섯째, 무빙 포스터에서의 움직임은 일반 동영상 미디어에서의 움직임과 확연하게 구분되었다. 기존 동영상 미디어에서 시각 요소, 카메라, 시퀀스의 세 가지 움직임이 복합적으로 사용된다면 무빙 포스터에서는 한 개나 두 개의 영역만을 사용하였다. 이러한 특성은 무빙 포스터 특유의 부자연스러운 움직임을 만들어냈다.

무빙 포스터는 미디어와 기술, 홍보와 디자인 영역이 함께 융합되어 탄생한 매체라고 볼 수 있다. 미디어와 관련 기술은 크게 ‘인쇄, 실사 촬영, 컴퓨터 그래픽, 인터넷과 N-Screen’으로 발전해왔다. 이에 대응하는 홍보와 디자인의 영역은 ‘인쇄 - 신문·포스터, 실사 촬영 - CF, 컴퓨터 그래픽 - 모션그래픽’이라고 볼 수 있으며, 무빙 포스터는 인터넷 및 N-Screen의 발전과 연관된다. 기술의 발전에 따라 무빙 포스터나 포스터, 그래픽 디자인이 나아갈 방향은 또다시 변화할 것이다. 그러한 의미에서 무빙 포스터가 과도기적 미디어이고 수십 년 후에는 사용되지 않을 용어가 될 수도 있겠지만 현 시점에서 이러한 과도기적 상황을 정리하는 일은 필요하다고 보았다.

본 연구는 무빙 포스터 디자인의 보편적인 특성은 정리하였으나 보다 세부적인 내용들에 대한 연구는 부족하여 이는 본 연구의 한계라고 볼 수 있다. 예를 들어, 디스플레이 유형 혹은 다양한 상황별로 무빙 포스터 디자인의 특성에

대한 연구, 특정 주제 별 무빙 포스터 디자인의 특성에 대한 연구를 본 연구의 후속 연구로 진행할 수 있을 것이다.

연구자는 본 연구가 시각디자인, 시각 문화 트렌드, 미디어 분야 연구의 기초 자료로 기여할 것으로 기대한다. 포스터에는 동시대의 그래픽 디자인 기법, 시각 문화, 트렌드, 미디어와 기술의 발전에 관한 내용이 축약되어 있기 때문이다. 또한 본 연구에서 진행한 무빙 포스터 디자인의 특성 분석은 무빙 포스터나 이와 유사한 작품을 제작하고자 하는 사람들에게 하나의 ‘디자인 가이드라인’으로 기능할 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

Journal & Proceedings

1. Baek, Se Young. "An Analysis of the Space Perception Appearing in Contemporary Hangeul Typography Posters- Focusing on Event Posters from 2014 to 2018 on Pinterest." *Journal of Basic Design & Art* 20, no. 6 (2019): 215-26.
2. Cho, Yongkeun. "A Study on the Classification System of the Motion in Motion Graphics." *Journal of Digital Design* 9, no. 1 (2009): 119-30.
3. Chun, Christine Hyeyeon. "A Study on Visual Expression Characteristics of Motion Poster." *Journal of Korea Multimedia Society* 23, no. 1 (2020): 67-73.
4. Chun, Christine Hyeyeon. "A Study on the Elements of Moving Poster Design." *Journal of Korea Multimedia Society* 23, no. 2 (2020): 361-67.
5. Chun, Hyeyeon. "A Study on the Logic of Remediation in Moving Poster." *The Korean Society of Science & Art* 37, no. 5 (December 2019).
6. Chung, Jung-Sook. "Impacts of Message Components of City's Travel Poster on Destination Image." *Journal of Tourism and Leisure Research*

16, no. 2 (May 2004): 161-71.

7. Chung, Sung Hye. "Study on the Logic of Remediation in Tv Advertising." *Journal of Communication Science* 14, no. 4 (December 2014): 2.

8. GÜRSIMSEK, ÖDÜL AKYAPI. "Animated Gifs as Vernacular Graphic Design: Producing Tumblr Blogs." *Visual communication (London, England)* 15, no. 3: 329-49.

9. Hwang, J. and Jang, S.. "Study on the Design of the Movie Posters in Korea with Chronological Approach." *Journal of Communication Design* 8 (2001): 31-47.

10. Jin, Jinah and Lee, Chulyoung. "Content Analysis on the Content Aspect and Visual Aspect of Korean and U.S Movie Posters - Focused on the Top 50 Box Office Movies -." *Journal of Korea Design Forum* 54 (2017): 181-92.

11. Kang, Tae Yim. "Motion Graphic Case Studies on the Advertisements by Analysing Visual Communication Elements." *Journal of Korea Design Knowledge* 26 (June 2013): 301-10.

12. Kim, Jong Moo. "Analysis of Appreciator's Preference Depending on the Difference in Existence & Unexistence of Movement of Cinemagraph Advertisement - Mainly on the Basis of Advertisement Attitude, Brand Attitude -." *JOURNAL OF THE KOREAN SOCIETY DESIGN CULTURE* 23, no. 1 (2017): 101-10.

13. Kim, Joung Won. "Research on the Current State of the Movie Poster and It'S Impact on the Role of the Designer." *Journal of Korea Design Forum* 29 (2010): 67-77.
14. Kim, Namhoon. "A Study on the Morphological Analysis of Components in Motion Design." *Journal of Basic Design and Art* 8, no. 2 (2007): 59-72.
15. Kong, Soo-Kyung. "Proposal for New Type of Poster, Interactive Motion Poster." *Journal of Digital Contents Society* 19, no. 9 (September 2018): 1679-1688.
16. Lee, Eun Jung and Jang, Kye Young . "Development of the Checklist of Idea Converging for Poster Design Work -with Centered on Application of Qfd(Quality Function Deployment) Technique-." *Design Convergence Study* 12, no. 6 (December 2013): 272-82.
17. Lee, Yunjung. "An Analysis of Expression According to Elements of Motion." *Journal of Korea Design Knowledge* 22 (2012): 139-48.
18. Rebelo, Sérgio¹; Martins, Pedro¹; Bicker, João¹; Machado, Penousal¹. "Using Computer Vision Techniques for Moving Poster Design." *Proceedings of Sixth Ergotrip Design* (November 2017): 12.
19. Saeideh Bakhshi, David A. Shamma, Lyndon Kennedy, Yale Song, Paloma de Juan, Joseph 'Jofish' Kaye. "Fast, Cheap, and Good: Why Animated Gifs Engage Us." *Proceedings of the CHI Conference on human*

factors in computing systems, San Jose, CA, USA, 2016.

20. Song, Hwa Sun. "Exploratory Study of Applied Aesthetics in Vertical Video." *The Treatise on The Plastic Media* 21, no. 4 (2018): 202-10.

21. Yoon, HJ. "A Study on Advertising Design Education." *Journal of Arts and Design* 3 (1997): 71-124.

Book

1. Block, Bruce A. *비주얼 스토리 : 영상구조의 연출 - 영화, 방송, 애니메이션, 디지털 미디어를 위하여*. Translated by 민경원. 서울:커뮤니케이션북스, 2010.

2. Herbert, Zettl. *영상 제작의 미학적 원리와 방법*. Translated by 박덕춘. 서울:커뮤니케이션북스, 2016.

3. J. David Bolter, Richard Grusin. *재매개:뉴미디어의 계보학*. 서울:커뮤니케이션북스, 2006.

4. John, Barnicoat. *포스터의 역사*. Translated by 김숙. 서울:시공사, 2000.

5. Joo, Chang Yun. *영상 이미지의 구조*. 파주:나남, 2003.

6. Lev, Manovich. *소프트웨어가 명령한다*. Translated by 이재현. Seoul:Communication Books, 2014.

7. Meggs, Philip B. *그래픽 디자인의 역사*. Translated by 황인화. 서울:미진사, 2011.
8. Oh, Se-In. *영상매체란 무엇인가*. 서울:커뮤니케이션북스, 2004.
9. 고영화, 민철홍 외. *디자인 사전*. 서울:안그라픽스, 2000.

Thesis

1. Leem, Hye Eun. "정지된 그래픽이미지의 동영상화 현상에 관한 연구." Graduate School, Seoul National University, 2017.
2. Won, Sung-yeon. "'움짤'을 이용한 커뮤니케이션 실험 연구." Graduate School, Kookmin University, 2016.

Web

1. Benyon, Luc. "A New Poster Movement-How the Traditional Format Is Evolving with an Injection of Animation." updated September 28, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-new-poster-movement/>.
2. CLINTON, STARK. "Happy New Year: What Is a Moster?", Updated August 13, 2014, <https://www.starkinsider.com/2014/08/happy-new-year-moster.html>.

3. Josh, Schaub. accessed October 8, 2019, <http://www.themovingposter.com/>.
4. LEWIS, MCGREGOR. "Bring Your Film Marketing to Life with a Motion Poster." updated July 14, 2017, <https://www.premiumbeat.com/blog/create-marketing-motion-poster/>.
5. Pruner A., "Geeknation's Mosters Bring a New Kind of Motion to Your Movie Poster." updated October 15, 2013, <http://iconsoffright.com/2013/10/15/geeknations-mosters-bring-a-new-kind-of-motion-to-your-movie-poster/>.
6. "Google Trends." accessed March 21, 2019, <https://trends.google.co.kr/trends/explore?date=all&q=motion%20poster,moving%20poster,kinetic%20poster,animated%20poster>.
7. "Motion Poster." accessed October 8, 2019, [https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_\(motion_movie_poster\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Moster_(motion_movie_poster)).
8. "Moving Posters." accessed October 8, 2019, <http://www.themovingposter.com>.
9. "Poster." accessed December 20, 2019, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=531534&cid=46660&categoryId=46660>.
10. "The Academy of Korean Studies." accessed March 9, 2019, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=531534&cid=46660&categoryId=46>

660.

11. accessed December 20, 2019, <https://www.syfy.com/syfywire/geek-nation-publishing-lani-sarems-handbook-for-mortals-eyeing-feature-film-too>.

12. accessed December 20, 2019, <https://www.syfy.com/syfywire/geek-nation-publishing-lani-sarems-handbook-for-mortals-eyeing-feature-film-too>.

Abstract

A Study on Moving Poster Design in the Era of Media Diversification through Remediation Theory

CHUN CHRISTINE HYEYEON

Department of Design

The Graduate School

Seoul National University

This study explores the design characteristics of moving poster in the era of media diversification through remediation theory. 'Poster' is a representative medium and format of graphic design. Although the rise of moving poster has marked an important change in the history of graphic design since printed poster appeared, previous studies have not given enough attention to it.

This study focuses on digital-display-based moving poster, that is printed poster with animation effect. Interactive poster, though belongs to moving poster in a large sense, will not be under scrutiny in this research. Research methods include analysis of the characteristics of moving poster

r through the remediation theory by Bolter and Grusin, case studies of moving posters, literature research, and comparison with moving image formats.

Chapter 1 details, the necessity, the purpose, the methods and the scope of this study and defines the main terms used throughout this research. Chapter 2 introduces the remediation theory by Bolter and Grusin, the main framework of this study, and examines the previous studies related to the main characteristics and components of printed poster and video, as past media re-mediated by moving poster. In so doing, I set up the criteria for discussing the characteristics of moving poster design by clarifying the elements of moving poster. Chapter 3 analyzes various examples of moving posters locating somewhere between static image and video, such as-moving poster, motion poster work, animated GIF, cinemagraph, and so on. Chapter 4 comprehensively investigates the characteristics of moving poster design in two sections. Section 1 reveals the hypermediated characteristics of moving poster through remediation theory. Section 2 delves into how moving poster related to the preceding media such as printed poster and video, by exploring what moving poster remediated and what moving poster transformed.

The design characteristics of moving poster examines are as follows. Moving poster remediates the characteristics of the preceding media, printed poster and video media. Moving poster has borrowed four features from printed poster. First, it takes portrait format. Second, it delivers

messages and information about specific ideas, products, and events by using texts and images altogether. Third, it uses a multi-layered format, consisting of various graphic elements such as headlines, slogans, logos, photos, subject objects, sub-subject objects, main colors, and auxiliary colors. Fourth, it reveals elaborate screen composition and the grammar of visual design such as grid, layout, typography, and selection of implicit and complete visual elements, which are peculiar to graphic design. Moving poster borrowed from video media, first in terms of multimedia characteristic with diverse composition of characters, images, moving pictures, sounds, second of, 'temporality', and third of, the inclusion of movement, or animation.

Moving poster has also transformed the characteristics remediated from the preceding media. First, it does not use vertical format or uses mixed aspect ratio. Second, as texts and images, while always visible on printed poster, disappear sometime during playback moving poster can possibly be perceived as general video media at the specific point. Third, there are some cases in which multi-layered or elaborate screen composition are not shown throughout the playing time of the moving posters. Fourth, a number of moving posters shows weaker multimedia characteristics compared to existing video media especially in that they do not include sound. This is a strategic choice, not a technical problem, of moving poster, which does not always require sound to catch people's attention in public places or in social media for a few seconds. Fifth, as moving poster takes temporality from video media but usually are produced with a very short playback time within 10 seconds, sounds and narrative,

which are the unique characteristics of video media, are decreased or disappeared in moving poster. Sixth, movement in moving poster is clearly distinguished from movement in general video media. While movements of visual elements, cameras, and sequences are used in combination in existing video media, moving poster uses only one or two of them, which creates unnatural movement peculiar to moving poster.

This study will contribute to the fields of visual design, visual culture trends, and media studies, as poster is an integrative representation of contemporary graphic design techniques, visual culture, trends, and the development of media and technology. In addition, the analysis of moving poster will provide a design guideline for those who want to produce moving poster or similar product.

keywords : Moving Poster, Poster Design, Digital Media, Multimedia, Remediation

Student Number : 2014-30418