

커뮤니케이션 예술작품에서 손으로 쓰는 글씨체의 힘

The Study On Calligraphy Power in Communication Arts

최 승 락, 김 현 준

남서울대학교

최승락

Seung Rak, Choi

Pratt (M. S) 대학원 졸업

개인전 3회(미국, 대전, 서울)

(주)한컴, 엘지애드 근무

한국비주얼디자인협회 이사

대덕대학 컴퓨터디자인전공 교수

현. 남서울대학교 애니메이션학과 교수

김현준

Heonjun, Kim

Savannah College of Art & Design

Computer Art학과 졸업

남서울대학교 애니메이션학과 학과장

청강문화산업대학교 교수역임

한국만화애니메이션 학회 감사

한국 컴퓨터 그래픽스학회 정회원

Contents

논문요약

Abstract

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

2. 연구의 내용 및 방법

II. 손으로 쓰는 글씨체의 역사적 고찰

기원, 발달 그리고 변화

III. 손으로 쓰는 글씨체의 인습

A. 현재 상태

B. 새로운 차원의 예술영역

1) 포스터

2) 일러스트레이션

3) 광고 디자인

4) 패키지 디자인

5) 로고 디자인

6) 적용

IV. 손으로 쓰는 글씨체의 새로운 방향

발신인과 수신인의 관계

1) 창조력을 증가

2) 인간미를 강조

V. 연구결과 작품 및 활용

1) 호기심과 창조력을 증가 시키는 글자체

2) 인간미를 증가 시키는 글자체

VI. 결론

커뮤니케이션 아트들을 극대화 시키는 힘

참고문헌

논문요약

손으로 쓰는 필체는 인격을 나타내기도하고 우리의 감정과 심리를 대변 해주기도 한다. 커뮤니케이션 제작물에 있어서 스토리의 카피를 어떠한 필체로 처리하느냐 하는 것도 매우 중요한 커뮤니케이션 제작물의 표현기법의 한 분야로 자리 잡고 있다. 왜냐하면 커뮤니케이션 제작물의 표현 컨셉에 따라 소비자에게 전달되는 메시지가 모두 다르기 때문에 그 내용에 포함되는 작가의 감정, 호기심, 인격의 종류도 분명히 달리 표현되어야 하기 때문이다. 영문 폰트는 수천종류의 활자체가 개발되어 있으나 한글은 수십 여종에 지나지 않아 표현의 다양성이 대단히 부족한 것이 현실이다. 또한 거의 대다수의 커뮤니케이션 제작물들은 카피 부분의 내용들이 디지털 폰트로 처리되어 있다. 따라서 손으로 쓰는 글씨체를 활용한 커뮤니케이션 제작물은 우선 희소성의 측면에서 시각적 차별화에 성공을 하고 있다. 더불어 자유스러운 필기체는 소비자들에게 호감을 주며 그 필체의 이미지와 커뮤니케이션 제작물과의 컨셉이 일치할 때는 제작물의 퀄리티와 효과도 올라가리라 본다.

예를 들면 박물관의 애니메이션 제작물은 역사적인 이미지가 포함되어야 하기 때문에 폰트 선택은 손으로 쓴 필체가 잘 어울리며, 어린이를 위한 동화책도 어린이의 호기심과 눈높이를 고려하여 어린이가 직접 손으로 쓰는 것 같은 필기체가 더욱더 잘 어울리라 판단된다. 커뮤니케이션 제작물의 결정체는 한마디로 차별화된 표현이라 고도한다. 경우에 따라서는 무엇을 차별화 할 것인가라는 크리에이티브한 아이디어 발상이 커뮤니케이션 제작물에 뜻밖의 좋은 결과물을 안겨다 주기도 한다.

Abstract

A person's handwriting may represents the person's character and shows the feeling and mentality of the person. What types of letters would be used in the story copies for the communication materials have been settled as an important expression technology. As the messages conveyed to the consumers can be differentiated according to the expression concepts of the communication materials, the varieties of the emotion, curiosity, and characters of the authors included in the contents of the communication materials should be expressed in differently.

Although the type points of English have been developed into thousands of various styles, those of Korea points have been developed into only dozens of styles and it is true that the expressions in Korean types may be lacked in the viewpoints of variety. In addition, the contents of the copies of almost all the communication materials used to be treated in digital points. Therefore, the communication materials in which some handwritings are used have succeeded in the visual differentiation in the viewpoint of scarcity. Furthermore, free styled handwritings would present the consumers some good senses. When the concepts of the communication materials correspond to the images of the handwritings, the quality effectiveness of the materials would be increased.

For example, as the animation materials in a

museum should have the historical image, the type points of handwritings are recommended for the harmonization. In addition, in case of the fairy tales for children, the handwritings written by children is judged to be better for them considering the curiosity and level of the children. It is said that the core of the communication materials would be the differentiated expression. Considering the situations, the creative ideas of what kinds of the elements should be differentiated may produce some fruitful results by accident.

1. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

커뮤니케이션 디자인분야에서 활자를 선택한다는 것은 발신자와 수신자들 사이에서 성공적인 의사소통을 하는데 결정적 중요한 요소 중 하나다.

대략 5000종 이상의 현재 사용되어지는 활자수를 고려할 때 작가의 친밀한 감정표현이나 의도, 전체적 분위기를 표현하는 방법 등에 여러 형태의 제약이 따른다.

일반적으로, 지금까지 만들어진 대부분의 커뮤니케이션 아트들은 시종일관 한 가지 글자체를 사용하여 콘텐츠를 표현하고 있다. 다시 말해 사용자들은 고정된 개인적 감각이나 느낌 없이 한 가지 고정된 글자체를 사용한다.

이 논문의 관심은 작가적 느낌이나 글 전체테마의 주제와 같은 콘텐츠들을 개별화된 글자형식의 타이포그래피 또는 형식을 통해 어떻게 콘텐츠들을 보조함을 통해 전달하는 것이다.

문자화된 언어는 단지 독자에게 의미전달에 지나지 않는다. 생명력 있는 의미로서의 언어는 구체적 언어이어야 한다.

타이포그래피의 원조는 기록의 역사의 시발점으로 거슬러 올라가 그 기원이 시작되는 핸드라이팅 이다. 핸드라이팅은 서기들이 숙달되고 그들의 일들이 반복 되어지면서 핸드레터링의 개념으로 발전되어 왔다. 핸드라이팅이 원시적이라면 핸드레터링은 손으로 쓴 글씨체를 수정하여 그것을 수도원에서 종교문헌을 꾸미고 보존하는 수단으로 번성하였다. 아울러 나중에 인쇄기의 출현으로 쇠퇴하였다.

핸드라이팅은 가장 캐주얼한 접근이고 개인적인 반면에 핸드레터링은 형식의 공식으로 리터치 하여 다듬어진 표현이라 할 수 있다. 하지만 기계적이고 디지털화된 표현이 아니기 때문에 매우 인간적이며 인간의 심리적인 요소

를 커뮤니케이션 아트로 표현하는데 유용하게 사용될 수 있는 자연미와 호감심을 자극할 수 있는 글씨체라 할 수 있다. 우리의 시각적인 표현은 같은 느낌이라 할 수 있다. 단지 핸드라이팅은 컴퓨터로 문자화를 할 수 없지만 핸드레터링은 소프트웨어를 이용하여 프린터화 할 수가 있기 때문에 개인적인 폰트로 많이 사용되고 있는 것이 현실이다.

즉 핸드레터링은 비형식인 것 같지만 형식적 구조와 수정으로 폰츠그래피의 소프트웨어로 컴퓨터 화하여 상품화할 수 있다. 따라서 핸드라이팅의 변형 또는 발전의 결과이다.

그러나 현재 핸드레터링은 대부분의 전문영역이나 학문적 분야에서 선호되지 않는다. 그것은 잘못됨을 암시하거나 전문성의 결여로 미학적 가치가 없다고 여겨지기 때문이다. 몇몇 디자이너는 핸드레터링을 비전문적이거나 쓸모없는 하나의 기록이나 낙서로 취급하기도 했다.

하지만 핸드레터링은 작가와 독자 사이에 있는 가장 빠른 매개체의 역할로 대표할 수 있는 것이다. 따라서 나는 핸드라이팅과 핸드레터링을 같은 개념으로 보고 인간에게 주는 메시지적인 측면에서 연구하고자 한다. 그래서 라이팅과 레터링을 손으로 쓴 글씨체로 표현하여 수신자에게 정확한 컨셉을 가지고 접근하고자 한다. 그 점을 이해하면서 수신자와 발신자의 직접적 접촉을 하도록 하겠다.

종류 예를 들어 필적학자와 정신요법의사들은 성격분석을 위해 핸드라이팅을 사용한다. 그리고 나아가 정신적 결함을 치료하는 데에 진단뿐만 아니라 치료에도 사용되어진다.

이것이 의미하는 것은 자유롭게 글자를 쓰는 것과 그 문자 사이의 어떤 확실한 관계가 있다는 것이다. 특별히 지시하지 않음을 통해, 고정된 타입이 가지지 못하는 친밀하고 부드러운 자연미를 함축한다고 볼 수 있다.

고정된 타입은 독자나 보는 사람들로 하여금 기계적이거나

나 권위적인 면이 강조되는 반면 손으로 쓰는 글씨체는 인간미, 자연미와 밀접한 관계가 있다 하겠다. 인간의 글자들은 속삭임, 원조, 실수와 같은 것들에 의해 전달될 수 있다.

대충 손으로 쓰는 글이나 단순한 낙서등도 때때로 애매한 방법으로 원했던 결과를 성취한다.

어설피름, 무기교 또는 자유분방함과 같은 이런 관점에서 손으로 쓰는 글씨체는 더욱 창조적인 방법으로 인간적인 상상력을 부추기는 광고의 콘텐츠를 표현하는데 있어 독자들에게 효율적이고 차별화된 도구가 될 수 있다. 고정 폰츠와 타입을 비교하면 더욱 명확하다. 손으로 쓰는 글씨체는 미묘하거나 힘찬 감정을 렌더링하는데 더욱 효과적이다. 손으로 쓰는 글씨체는 커뮤니케이션 디자인의 필수불가결한 요소이며 다이내믹하고 자발적인 방법으로 발신자와 수신자와의 친밀한 관계를 세워준다.

나는 손으로 쓰는 글씨체를 컴퓨터에서 해결 못 하는 너무 복잡해서 특정다수의 소비자를 대상으로 하는 현대의 생산과 소비시대에 특정한 문제를 해결하고 성취할 수 없는 형태를 만드는 성공적인 도구라고 믿는다.

예를 들면 관찰자의 개인적 호감이나 친근감과 같은 인상을 준다. 마치 개인적인 성격처럼 컴퓨터와 기술집약적 시대에 있어, 흔들리지 않는 사람의 손에 의해서 만들어지는 제안이 될 것을 확신한다. 의사소통은 본질적으로 본인, 타인 사람의 관계를 이해한다. 마음의 깊은 자신을 직접 구현하고 구체화한다. 그것은 예술품을 핸드레터링 함으로서 구별되어지는 것은 종종 성공적인 디자인으로 이끈다는 단순한 의문이라고 간주해서는 안 된다.

디지털시대에, 나는 핸드라이팅에서 발전된 핸드레터링은 콘텐츠나, 혹은 커뮤니케이션 아트들을 표현하는 효과적인 툴이 될 것이라고 확신한다.

그것들은 독자들이나 관찰자들로부터 차별화된 응답을 불러일으키거나, 새로운 느낌을 은근히 심어줄 수 있다. 성

공적인 커뮤니케이션 아트가 되기 위해서 커뮤니케이션의 집약된 컨셉과 그것의 타이포그래피가 서로 일치 돼야 한다. 손으로 쓴 글씨체는 종종 커뮤니케이션 아트로 보아짐에도, 그것들의 가치들이나 효과는 체계적이고 방법론적인 틀 구조로 충분히 연구되어지지 않았다.

나는 논문을 쓰에 있어 구체적인 보기와 설명으로 손으로 쓰는 글씨체의 가치와 효과에 관해 꼼꼼해졌으므로 커뮤니케이션 아트 실습이라는 흐름 안에서 표현의 대체 도구로서 손으로 쓰는 글씨체를 제안한다.

2. 연구의 내용 및 방법

필체는 인격을 나타낸다는 말도 있지만, 커뮤니케이션 디자인에 있어 어떠한 활자체로 처리하느냐 하는 것도 대단히 중요한 시각디자인의 한 분야이다. 그렇기 때문에 손으로 쓰는 필기체를 활용한 디자인은 우선 희소성의 측면에서 시각적 차별화에서 성공하고 있다.

따라서 본 논문은 손으로 쓰는 필체를 좀더 기술적이고 체계적으로 전산화 해 상품화하고 소비자에게 판매할 수 있는 방법의 장을 마련하였다.

1. 어린이의 호기심과 느낌 감정 등을 잘 표현할 수 있는 동화책이나 문구, 장남감등 광고에 자주 적용되는 손으로 쓴 필체를 개발함.

2. 박물관, 카페등 휴면, 휴머니티한 방향에 적합한 손으로 쓰는 필기체를 개발함.

결론적으로 손으로 쓰는 필체를 직접적으로 정확하게 자신의 것처럼 컴퓨터로 정확한 느낌, 감정을 전달 해줄 수는 없지만 대중화 및 상품화 할 수 있다는 것은 기술의 힘이라 할 수 있다.

따라서 손으로 쓰는 필체는 많은 디자이너들에 의해 개발되어져 전자커뮤니케이션 등으로 그 영역이 확대 되어져야 하며 그 표현도 다양해져야 할 것이다.

II. 손으로 쓰는 글씨체의 역사적 고찰

기원, 발달 그리고 변화

글씨체의 형식은 발달 그리고 변화의 긴 과정을 경험했었다. 그것은 글자체의 모양들이 매우 다양하다. 초기 글씨들은 사용했던 돌이나 찰흙 나무 등을 가지고 대부분 단조로운 모남이나 직선만을 표현했다. 스타일과 배열은 도구에 의해 심하게 결정되어 진다.

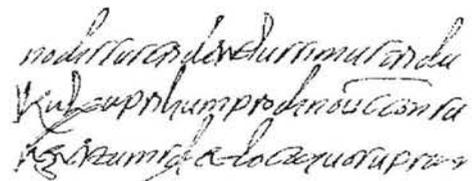


(그림1)

제정로마시대에 관료정치와 함께 매우 다양한 형태와 스타일이 나타났다. 돌이나 나무에서 고급피지와 파피루스로 대체 되었다. 그 때부터 라이팅 스타일은 더욱 장식화 되어졌고 나날이 사용 늘어갔으며 이제는 편지에서 뿐 아니라 개인적 목적에 적합한 청첩장이나 장래카드 축제를 위한 초대장에 사용 되어졌다. (그림 1)

역사기록자들은 평범한 목적으로 비공식적인 글자체와 초서체(홀림체)를 만들고 발전시켰다.

로마 초서체는 라이팅의 역사에 중요한 발전을 가져왔다. 로마통치하에 있는 모든 국가들은 이 서체를 채택했다. 로마제 가운데홀림체(초서체)는 이태리나 스페인 프랑스 영국의 범용화 되었다. (그림 2)



(그림2)

기독교 사상이 부흥하면서 핸드라이팅은 더욱 형식적이고 정교해졌다. 그리고 세속적인 글자체로부터 분리시키려는 노력이 있었다. 중산계급이 성장함에 따라 소위 세속문학

이라는 것이 번성했다. 그리고 문자들의 실용적인 면은 강조되어졌다. 그 시대는 쉽게 빠르게 복제 되어질 수 있는 문자들은 요구했다.



(그림3)

르네상스 기간동안 이태리에서는 대중에게 잘 알려지지 않았던 Carolingian hand(카롤링거 왕조의 손)로부터 이탤릭체가 발전되어졌다.(그림 3)

14, 15세기에 이르러서는 개인적 교신과 자서전들은 격렬하게 늘어났다, 그리고 더욱더 정확함과 효율적인 것이 요구 되어 졌다.

손으로 쓰는 관습의 쇠퇴는 15세기 중엽 인쇄기의 발명과 이의 빠른 전파에 직접 기인한다. 인쇄 기교와 기술에 의해서 세계는 변해갔다. 예를 들면, 팸플릿과 같은 소책자들은 제외하더라도 대략 35000부 출판물과 9백만 권의 책, 종교적 논문 등이 출판, 보급되었다.

인쇄기술의 발명은 핸드라이팅의 전통과 그 사용을 다행히 근절하지는 못했다. 반면 더욱 정교하고 넓혀진 방법으로 핸드라이팅이 사용되어졌다. 핸드라이팅은 더욱 효과적인 스타일, 기교, 유동성과 자연스러움을 만들어냄으로써 발전하고 수정되었다.

무역과 법률 같은 분야에서는 기능은 정보와 처리의 합리적인 의사소통을 위한 필수적인 것으로 간주되어진다. 정부 관료들은 계약서나 다른 문서들을 작성할 수 있는 숙달된 서기관들을 고용하기도 한다. 초기 핸드라이팅을 데모하기위한 재료들로는 우드블록을 사용했다. 그리고 후에

그것들은 금속들로 대체되었다.

인쇄에 사용된 첫 번째 타이포그래피 형태는 가능한 한 손으로 그린 형태를 매우 근접하게 모방하려는 경향 있었다. 그러나 17세기 경에는 사용과 속성의 두 가지 다른 면을 각각 반영함으로써 인쇄체와 필사체로 구별되었다.

산업혁명당시, 18세에서 19세기에 이르는 기간동안 구매 능력과 더불어 문학적, 출판계의 급속한 성장은 자본가를 만들었다. 아울러 개인의 재능을 획일화 시켰으며 크리에이터, 예술가, 장인들의 역할은 점점 사라져 갔다. 그러나 손으로 쓴 글씨체를 지양하는 몇몇 비 순응주의자는 예술 작품 뒤에 숨겨진 개인 디자이너의 존재와 창조자의 손을 드러내는 것을 오히려 더 좋아했었다. 그 선두에 낭만주의 시인인 윌리엄 브레이크가 있었다.



(그림4)

그는 그가 설계한 책들에 색칠하고 조각하고 프린트했다. 에칭을 통한 그의 작품은 그가 타이포그래피와 이미지를 일러스트 하는 데 필요로 했던 창조적인 자유와 통찰력 있는 상상을 가능하게 했다. 물론 작품 프로세스는 책의 양을 제한하지만 책의 질적인 면이나 아티스트들의 개성과 함께 표현의 특징을 확실하게 했다. (그림 4)

20세기 초기에 핸드레터링은 재능 있는 많은 장인에게 호감을 주었다. 책 디자인과 타이포그래피를 핸드레터링과

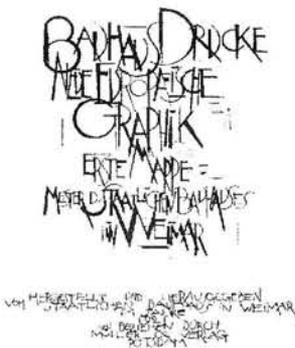
결합시킨 많은 사람들 특히 핸드라이팅을 칭찬의 도구로 보았다. 뿐만 아니라 디자인 작품을 만드는 다른 방법이었다.



(그림5)

가장 현대적인 스타일 가운데 하나를 1908년 오스카 코코스카의 Kunstschau 포스터의 타이포그래피와 이미지에서 찾아볼 수 있다. 공간의 디자인 감각은 우리들에게 많은 의미를 부여한다. (그림 5)

Lyonel Feininger's Euopaische graphic 표지는 다른 예이다. Feininger는 표현주의 아티스트로서 스타일과 작가적 경향은 중세 낭만주의와 바우하우스로 대표되는 초기 모더니즘의해서 현저하게 영향을 받았다. 초기 바우하우스를 발전시킨 것은 예술과 기술과 새로운 접목에 있었다. (그림 6)



(그림6)

이런 목적은 기능지향주의와 과학기술을 한꺼번에 포용하려는 데 있었다. 객관적인 범용적 언어를 개인적 표현과 인간의 생각을 이어주는 시각으로 다시 말해 변형된 언어로 대체하려는 노력 또한 있었다. 마침내 수공예와 예술의 일치로부터 예술과 기술의 새로운 일치로 발전 되었다. 비석의 일시적 유행과 영향력은 어느 정도 까지는 사람이 사용하는 활자 디자인들이 스타일에 영향주지 못했다. 표현위주의 타이포에서 깔끔하고 합리적인 형태의 타이포로 전이함으로써 시각적인 것이 강조되어 졌다.

기술의 발달함에 따라, 우리는 우리주위에 중얼중얼 불평하는 소리를 빈번히 듣는다. 휴먼 아티스트에 커뮤니케이션 아트에 핸드레터링으로 인간적이고 호기심 어린 마음으로 발신자와 수신자의 연결을 갈망하는 소리를 들을 수가 있었다.

III. 손으로 쓰는 글씨체의 인습

A. 현재 상태

현대에서, 일반적인 작품에 유머를 첨가하는 것은 아티스트들의 관심중의 하나였다. 디지털시대에 있어, 암시적인 핸드레터링을 접하고 있는 혼합된 형식은 이것을 위한 기교였다

그것들은 고풍적이고 시대를 불가피하게 표현했던 비주얼 작품들에 인본적인 생각을 포함하고 싶어 했다. 한편으로는, 매우 기술적이고 상업적인 분야에서, 과학기술의 침입에 반대하는 반항의 상징으로 명백하게 핸드레터링이 절실히 요구된다. 그러나 다른 한편으로는 과학기술과 연관되어진 핸드레터링의 표현의 역설은 균형과 적합한 문맥 안에서 이해되어 질 수 있다.

달리말해, 형식과 비형식의 또는 기술적인 면과 인간적인

면의 결합 같은 형식들은 일차원적인 작품이 될지 모르는 것들로 다수를 주입하려는 방법이다.

B. 새로운 차원의 예술영역

1950년대에 순수 예술가들은 핸드라이팅을 새로운 차원의 예술영역으로 가져왔다. 그들은 그것을 형식적인 디자인 요소들과 커뮤니케이션의 심벌들의 두 가지 측면을 가진다고 여겼다.

예를 들어 파블로 피카소와 조지 브라크는 타이포 스타일을 이미지와 함께 조화시키면서 포스터를 디자인했다. 이 전시회에서 손으로 쓰는 글씨체는 이미지와 전시회 컨셉에 잘 어울렸다.



(그림7)

몇몇 예술가들은 그들의 전시회를 위해 포스터 상에 손으로 쓴 타이포그래피를 선명하게 드러냈다. 이것은 파블로 피카소의 Les Menines Poster 특히 확인할 수 있다. 딱딱한 기계에 대항이라도 하는듯한 활자로 쓰인 타이포 형태는 불규칙하게 자유로운 형태로 인쇄됐다. (그림 7)

1) 포스터

출판물의 분야에서, 몇몇 구별된 디자이너는 포스터 시리즈를 만들었다.



(그림8)

제임스크로스과 스티브마틴이 만든 커넥션 포스터가 그 좋은 예이다. 일련의 서명들은 이벤트와 그 디자이너들을 가리키는 콜라주이다. 알아보기 쉽지 않은 일련의 타입에 이름들 대신에 개개의 스타일들과 색은 여러 가지의 서명들과 어우러져 있다. 그리고 있음직한 판독하기 어려운 작은 각각의 사인은 다른 색과 다양한 종이위에 있으므로 종이 질과 색상은 다른 것들과 뚜렷이 구별된다. 찢어진 스크랩과 사인들 모두 시각적인 페이지구성을 한다. 찢어진 페이지 끝에 의해 부드럽게 되다. (그림 8)



(그림9)

Tim Girvin's American Music Week 포스터에서 미국 음악의 다른 이름은 국기의 스타일을 표현하고 있다. 미국의 상징 손으로 쓰는 단어의 텍스 처는 그들이 핸드라이팅을 발전시켰던 것으로부터 사람들에게 라이팅을 제안한

다. 미국에서 유래되고 미국 다중문화의 일부 분이되기도 하고 두드러지게 동일하게 이중의 역할을 한다.

비언어적인 텍스처와 언어적인 통지자로서 흥미로운 것은 손으로 쓰는 타이포의 리드미컬한 웨이브는 흔들리는 국기를 나타낸다. (그림 9)

2) 일러스트레이션



(그림 10)

릴라 로저스는 효과적으로 일본 스시와 사시미와 일반 오리문화를 요약한다. 로저스 사시미 일러스트레이션은 수채화로 그려졌다. 서양 사람들에게 흥미를 끄는 스시 만드는 방법의 어려움에도 불구하고 로저스는 실질적으로 그것들을 선과 색으로 세심하고 매력적 것으로 만들었다. 미디어의 텍스처와 색조는 균형 잡힌 생선아이템의 배치로서 하모니를 이룬다. (그림 10)



(그림 11)

씨에틀과 와싱턴의 팀 거빈의 디자인은 Holistic Studies 오메가 인스티튜트의 선전용광고이다.

흐트러진 브러시 스트로크는 자연미 건강미 자유정신을 상징화 했다. 활짝핀 부케용 꽃과 같은 느낌을 준다. 타이포그래피는 이미지와 구술적 정보제공자로서의 역할은 한다. 특히 다양한 색상은 매우 인상적이다. (그림 11)

3) 광고 디자인

우선 전 페이지를 가득매운 칼리그래픽 핸드라이팅은 보는 사람을 압도한다. 싼 펜과 연필의 유행 때문에 고액 팬시 만년필은 문구시장에서 한구석으로 몰림에도 그것들은 아직도 상류사회에서의 필기 세트로 여겨진다. 제품은 만년필이기 때문에 광고 분야에 채택된 핸드라이팅은 꽤 논리적으로 당연하다. (그림 12)



(그림 12)

이런 광고는 일본생맥주 광고에도 사용되었다. 이 광고는 다양한 크기와 스타일의 폰츠로 관심을 불러일으킬 뿐 아니라 생산자 감정을 나타내는데 한몫을 했다. 고정된 폰츠는 정교한 감정을 일으키는 것 같지 않다. 그것은 핸드라이팅을 사용함으로 가능하다. 광고는 차별화의 사용 용도를 가능하게 한다. 단순하지만 함축성 있는 아이디어로 시작하는 광고는 소비자를 자극하고 관심을 끈다. (그림 13)



(그림 13)

Kimberly Elam and Watson Riddle는 재즈의 자연스러움을 상징화하는 불규칙한 손으로 그려진 핸드레터링을 선택했다. 상징성과 우수성은 포스터에 형상화됐다. 음악은 악보 없이 즉석연주 된다. 타이포는 악보 없이 만들어진 것 같다. 그런 이유로 고정된 활자는 논박된다. 스타일의 확일적 감각과 비율을 세움으로서 꾸며진 이탤릭 기울임체는 율동적인 정서를 배양한다. (그림 15)

4) 패키지 디자인



(그림 14)

핸드레터링은 개인 초대장과 인사 장에 이른다. 프랑스 로벨은 그것을 많이 사용한다. 다른 주류상자와는 달리 프리 핸드 일러스트는 열대지방의 섬과 포근한 분위기 생각나게 한다.

뿐만 아니라, 콜라디나는 해변 태양 야자나무를 연상케 한다. 그림으로 상쾌하고 편안한 이미지를 만든다. (그림 14)



(그림 16)

침대보와 베개의 로고타입을 고르는 것은 사적이고 특정 개인을 위한 것으로 보인다.

The Chelsea Linen 회사를 위해 디자인된 로고타입은 리드미컬하게 흐르는 부드러운 선을 사용하고 편안함과 평온함의 우수성을 시각적으로 강조한다. 보는 사람이 특별히 단란한 가정이라는 분위기를 주는 손으로 쓰는 글씨체의 특유함을 이해하는데 어렵지 않다. (그림 16)

5) 로고 디자인



(그림 15)



(그림 17)

발랄한 튀김은 Ramrod children's wear를 위해 디자인된 시각적 아이덴티티를 받게 한다.

어린이들의 심리는 핸드레터링을 통해 시각화되었던 호기심 자연스러움과 자유분방함을 좋아한다. 특히 타이프 이

미지와 컨셉은 잘 어울린다. 로고타입은 홀랜드에 있는 Ton Hamburg and Berry van Garden of Studio Opera에 의해 만들어졌다. (그림 17)

6) 적용



(그림 18)

핸드레터링은 앨범디자인에 사용되어져왔다. 기억에서 사라지는 어떤 특정한 순간을 잡기위한 우리의 시도와 관계된다. 종종 추억 이야기 형식으로서 손으로 쓰는 타이프는 우리에게 관련된다. 과거에 그림의 비언어적인 형식으로 관찰자는 인정되고 특별한 스토리로서 이해한다.(그림 18)



(그림 19)

몇 정교한 카툰니스트들은 손으로 쓴 타이포는 잠재적인 고

객들을 부분적으로 매혹시킨다고 믿는다. 코믹 북의 표지는 커버를 강조함으로 종종 손으로 쓰는 글씨체를 사용한다. 왜냐하면 그것은 작가의 느낌이나 태도 그리고 테마를 표현하는데 있어 가장 효율적이다. (그림 19)

IV. 새로운 방향

발신인과 수신인의 관계

역사적으로, 디지털화된 타이포는 포스터, 일러스트레이션, 로고, 심벌, 광고등 커뮤니케이션 아트분야에 널리 사용되어 왔으며, 커뮤니케이션 디자인 분야에서 뚜렷한 분야로 인정되어왔다.

그러나 핸드레터링의 특색과 원리는 종종 무시되어지는 반면 잘못된 방법으로 실용적이지 못한 바람직하지 않은 라벨을 얻음으로 때로는 비주얼 작품의 일부로서 이해된다. 그런 이유로 유감스럽게 제한되어져 왔다. 그러나 핸드레터링의 시각적 특성은 확실히 커뮤니케이션 아트의 강점을 첨가할 수 있다. 그것은 후에 나는 이 장에서 설명할 것이다. 간단하게 핸드레터링은 대안의 살아있는 매체 즉 깊게 수신인과 발신인이 분할된 우리의 사회에서 보다 좋은 커뮤니케이션이다. 많은 확실한 장점 중에, 그것의 두 가지 속성은 대체 언어가 되는 것이다

1) 창의력을 증가 시키는 손으로 쓴 글씨체

창조력과 인간미, 그것들은 나의 논제의 부제이고 개략적으로 분류하는 것, 핸드레터링과 관련된다. 창조력은 많은 다른 의미를 커버하는 넓은 의미이다. 커뮤니케이션 아트, 특히 타이포 분야에서 창조력은 가장 효과적이고 효력적인 방법으로 아이디어와 정보를 전달하고 전달하는데 도움이 되는 어떤 것이다.

우리에게는 일시적으로 부과된 한계가 주어진다. 또한 예술은 우리 인간의 경험과 삶의 존재론적인 한계에 적합한

자유와 표현을 찾는 과정이다.

그러므로 유감스럽게, 컴퓨터로 만들어진 타이포들은, 구두 표현의 역할로 받아들여진다. 부분적으로 디자이너가 컴퓨터를 사용할 수 있도록 창의적이 되었고, 그 기능을 과소평가 하지 않지만 컴퓨터는 그것을 다루고 사용하는 예술가들에게는 여전히 툴이라는 생각이 지배적이다.

창의력은 예술가의 표현의 결과이다. 핸드레터링의 생산 과정에 의해, 디자이너는 창조력을 확대하고 발전시킴에 따라 특별한 타이포와 개인의 툴들로 보이거나 받아들일 수 있다. 손으로 쓰는 기법과 쓰는 툴, 여백 레이아웃과 문자형태의 최종외형을 만들게 하는 조건들이나 어떤 특별한 관계가 있다. 다시 말해 창조성과 핸드레터링 사이에 특별한 관계가 있다. 실습은 문자형태와 그것들을 만드는 단어와 디자이너의 감각을 향상시키는 데 도움을 주며 아울러 디자이너의 통한 개인적 주관과 감성으로 레터링의 새로운 형태에 반응하게 한다. 그것은 예술가에게나 관람객들에게 모든 사람의 마음속에 자리하는 근원적 느낌을 자극하는 창조적 영향력이 있다. 경험과 관련된, 자신들의 감정을 발견하도록 기회를 제공한다.

소장품이나 개인적 그림이던지 분명하게 핸드레터링은 가장 적합한 클 라이트의 요구를 동시에 만족시킬 상업광고의 매개체이다.

핸드레터링은 디자이너의 새로운 세계에 대한 가능성을 열어주도록 하는 정신적 유희를 받아들일도록 한다. 손으로 쓰는 글씨체의 효과는 창의력과 함께 작동한다는 지식과 이해 없이는 이루어 질 수 없다.

2) 인간미가 넘치는 손으로 쓴 글씨체

창조력은 사람마다 다른 의미를 가진다. 인간미가 다른 의미를 가지듯이 인본주의는 사람의 능력 안에서 회복된 자신감의 표현이다.

타이포에서의 휴머니티를 사람의 관심과 요구에 맞춘 문

자형태라고 말할 수 있다. 컴퓨터의 도움으로 만들어진 핸드레터링은 기술적 구성이나 체제 없이 자수성가한 독립체라 할 수 있다.

문자는 의미만 전달하는 단순한 기호가 아니다. 다이내믹하고 그 자체에 의미를 같은 것이다. 전에 언급했듯이 사람의 복잡한 감정은 낙서나 손으로 쓰는 글씨체의 감성을 통해 재 표현된다.

핸드레터링은 친밀함을 다루는 방법들이나 의도적이 분별력과 같은 영감의 이상적인 세트 가될 수 있다. 정치적으로 말하자면 핸드레터링은 민주주의 형식이다.

인본주의는 결코 소유하려는 주장이나 절대적 지식이나 권력으로 남용하지 않으므로 핸드레터링은 대중 커뮤니케이션의 독단적인 믿음을 거절하며 개인적인 상상력에 의존한다.

예감과 번득이는 영감 그리고 리듬이나 친밀한 감성과 개인적 휴식과 같은 직감을 인지한다. 디지털 타이포는 예술의 잣는 도전과 어려움에 움츠려 들지만, 핸드레터링은 그들의 언어를 말하고 그들의 표현된 언어를 쓰는 나름대로의 방법이 있다. 광고, 일러스트레이션 포스터가 시대의 표현을 이끌고 형성하는 이 시대에, 핸드레터링은 커뮤니케이션 아트와 비주얼 아트분야에서 중요성을 가지게 된다. 매우 효과적인 방법으로 핸드레터링을 활용한 파커만 년필 광고 예에서와 같이 성공적인 예술작품에 핸드레터링의 역할은 가히 상상을 초월한다.

일러스트 예를 보인 것처럼 핸드레터링의 사용은 매우 중요하다. 그것들은 미학적이고 상업적으로 성공을 거둔다. 개인의 아이디어나 느낌을 전달하기위해 핸드레터링은 필수적이다.

자신만의 폰츠를 가진다는 것은 다른 사람과 대화할 수 있는 가시화되어진 통합된 언어를 가지는 것이다. 자기 목소리가 분명한 분별력 있는 아티스트로서 남기위해서 디자이너는 그들만의 폰츠를 기대한다.

V. 연구결과 작품 및 활용

1) 호기심과 창조력을 증가 시키는 글자체
 어린이 동화책을 위한 핸드레터링 개발

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림20)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림21)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림22)

2) 인간미를 증가 시키는 글자체
 박물관, 카페, 시집, 레스토랑등을 위한
 핸드레터링 개발

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림23)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림24)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !\$%&*()-\/?[]:;.,~"

(그림25)

동화책의 적용

(그림26)



(그림27)



(그림28)



포스터의 적용



(그림29)

책표지의 적용



(그림30)



(그림31)

일러스트의 적용

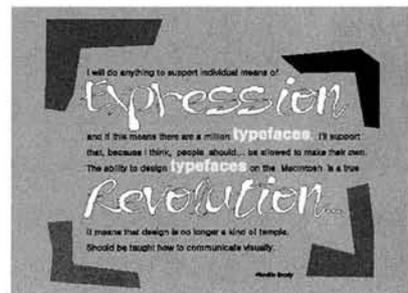


(그림32)



(그림33)

명언 및 격언의 적용



(그림34)



(그림35)

VI. 결론

커뮤니케이션 아트들을 극대화 시키는 힘

좋은 디자인이 될 수 있다는 것은 과연 무엇일까! 많은 디자이너들에게 저마다 다른 견해나 아니면 거의 대동소이한 답을 제시 할지 모른다. 나의 논문을 통해 어떤 최종결론을 내릴 수는 없지만 커뮤니케이션 디자인계에서 타이포의 사용과 표현함이 디자인을 디자인답게 하는 요소가 될 수 있을 것이다. 디자이너 자신이 가지고 있는 개인적 경험이나 감성, 분명한 의도와 같은 생동감 있는 역할을 타이포를 통해 표현함으로써 디자인 전 분야에서 이것이 지속적인 관심과 연구가 필요할 것으로 보인다.

우리는 시각 디자인의 홍수 속에 살지만 또한 이를 적당히 무시하며 산다. 실제로 우리는 그것들을 전적으로 우리와 무관하다고 생각한다. 그러나 디자인의 홍수 속에서 살아가면서 그 것에 무감각해져 있다고 말하는 것은 이제 더 이상 타당치 않으며 구태의연한 사고에 기인한다.

시각 효과를 극대화하는 것은 부분적으로 광고 형식이나, 잡지 광고, 만화, 애니메이션, 또는 상점 간판과 같은 우리 주위에서 흔히 접할 수 있는 놀랄 만한 디자인의 수를 얼마나 많이 기억 할 수 있느냐 에 있다. 단순하게 보고 기억할 수 있는 수용력과 한계에 관한 요구가 많다. 좋지 않은 커뮤니케이션 아트들이 때때로 호평을 받는 것처럼 좋은 커뮤니케이션 아트 역시 시청자들의 관심에서 벗어날 수 있다. 형태 그 자체는 시대와 나이와 취향과는 관계없는 궁극적인 가치를 가지는 그 어떤 것은 아니다. 분명하게 표현력이 풍부하고 의미전달이 분명한 손으로 쓰는 글씨체는 절실히 필요하다.

이 논문에서 제시한 핸드레터링은 이미지나 생각, 감정들을 형상화하는 무한한 가능성을 가진다. 또한 어떤 특정한 예술작품에 의미를 부과하는 능력이 있음을 확신한다. 타이포의 형태는 의식적이던 무의식적이든 감성적이어야 한

다. 보는 사람의 해석이 무의식적 의미를 불러올 수 있긴 하지만 낙서는 매우 의식적 표현이다.

예를 들면 집결막사에서의 죄수의 낙서나 콜라주 아티스트등. 내가 제시한 핸드레터링은 발신인과 수신인 모두에게 살아있는 언어를 생산할 수 있는 가능성을 열어준다. 아울러 의사소통의 매개체로서의 핸드레터링의 바람직한 면을 보여줬다.

디자이너관점에서 아직도 매우 다양한 실험적이고 독창적인 작업이 남아 있다. 개별적인 문자형식 발전시키는 방법은 자신이 개발한 핸드레터링을 자신감을 가지고 사용하려는 노력과 핸드레터링의 이론과 응용들을 넓히는데 각자가 기여하는 것이다.

많은 다른 견해들로 이 논문이 퇴색되더라도 현재의 핸드레터링의 논제에 작은 기여가 됐으면 하는 바람이다

참고문헌

1. Halliday, Peter. Calligraphy Masterclass.
New York : Overlook Press, 1990
2. Child, Heather. Calligraphy Today.
Woodstock, N.Y. : Waston Guptill
Publications, 1964
3. Anderson, Donald M. The art of written
forms: The theory and Practice of
Calligraphy. New York : Rinehart and
Winston, 1969
4. Neuenschwander, Brody. Letterwork, London
: Phaidon Press, 1993
5. Fink, Joanne. Lettering Arts, New York
: PBC International, 1993
6. Meggs, Philip B. A history of graphic
design. New York : Van Nostrand
Reinhold, 1992
7. Fairbank, Alfred J. A handwriting manual.
New York : Watson Guptill
Publications, 1975
8. Heller, Steven and Anderson Gail. American
typeplay. New York : Library of Applied
Design, 1994
9. Elam, Kimberly. Expressive typography
: The word as image. New York : Van
Nostrand Reinhold, 1990
10. Gardner, Gardner. Alphabet at Work, New
York : A & C Black, 1982
11. Elam, Kimberly. Expressive typography the
word as image. New York : Van
Nostrand Reinhold, 1990
12. Haig, William and Laurel Harper, The
power of logos. New York : Van
Nostrand Reinhold, 1997
13. Fraser, Gordon. The typographic scene.
London : Walter tracy, 1988
14. Williams, Robin and John Tollett. A blip in
the continuum. California : Peeachit
Press, 1995
15. De Lopatecki, Eugene. Advertising layout
and typography. New York : The Ronald
Press Company, 1935

*Journal
Korea Society
of Visual Design
Forum*



