

텔레비전 영상 자막의 시각적 구성 형식과 특성

함 현*

The composition for Television visual character and characteristics of frame

Hyun Hahm^{1*}

요 약 본 연구의 목적은 방송 프로그램 제작에 있어서 중요한 역할을 하고 있는 영상 자막의 특성과 영상 커뮤니케이션 기능적인 관점에서 나타나고 있는 현상을 살펴보고자 한다. 다양한 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 기능은 단순하게 간략한 정보를 전달하는 기능적인 역할을 수행하였다. 그러나 최근 다양한 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 기능과 효과는 새로운 형태로 발전되고 있는 추세이다. 그러므로 본 논문에서는 텔레비전 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 특성을 고찰하고, 장르별 프로그램에서 사용되고 있는 영상 자막의 사례를 통한 다양한 현상들을 살펴보았다.

Abstract The purpose of this study is to analyze the composition for visual character to make the process of television programs. The study can be classified as a visual communication methods into a target audiences. At the beginning of using visual character was communication method as an insufficiency of television programs. However, in recent years, television industry using visual character in many ways into television programs that it can be classified not only to developed the communication method as a function of effects, but also to changed substitute a variety of graphic pattern of visual character in television programs. As a matter of fact, this study have some implication in terms of using a visual character to making television program, therefore, the results show that different ways of using visual character into the diversity of television programs were discussed.

Key Words : visual character, television program, visual communication methods.

1. 서론

방송 프로그램에 있어서 메시지를 전달하는 중요한 관건은 영상·언어·문자를 복합적으로 사용하는 독특한 전달 언어를 사용하는 함축성을 갖고 있다는 점이다[1]. 이러한 사항을 감안할 때, 최근 방송 프로그램에서 활용되고 있는 다양한 영상 자막의 구성과 그 표현 방식에 따른 메시지 전달은 그 기능적인 측면에서 영상과의 조우 관계 속에서 상호작용의 결과로 평가될 수 있다.

과거 문자발생기를 통해서 영상의 미비한 점을 보완하거나, 좀 더 명확한 영상의 이해를 돕기 위해서 활용되

었던 영상 자막 화면 하단에 일정한 화면비의 공간적 활용의 범위를 벗어나지 않는 것이 특징이었다. 그러나 최근 방송 프로그램에서 사용되고 있는 영상자막의 형태는 일반적인 문자이외에 각종 그림, 그래픽, 캐릭터 등 만화에서 보아온 다양한 기호들을 활용하고 있다.

영상 자막이 화면비의 공간적 활용의 틀을 벗어나 화면 곳곳으로 올라오거나, 영상 한가운데를 가로질러 의미 없는 영상을 나눠버리거나, 말풍선 등 영상자막 자체가 영상의 보조라기보다는 하나의 독자적인 성격을 갖고 있다[2].

이렇게 다양한 영상 자막이 기호화 되는 과정은 시청

이 논문은 2008학년 청운대학교 학술지원 연구비의 지원에 의해서 연구되었음.

¹청운대학교 방송영상학과
접수일 08년 6월 11일

수정일 08년 7월 30일

*교신저자 : 함 현(poparts@chungwoon.ac.kr)
게재확정일 08년 8월 11일

자로 하여금 방송 프로그램을 시청하게 하는 시선 끌기의 견인차 역할을 수행한다는 점이다. 다시 말하면, 영상의 커뮤니케이션 관점에서 영상 자막은 영상의 미비한 점을 보완하거나 좀더 명확한 이해를 돕기 위해서 활용되었던 수단을 벗어나, 이야기 구조의 전개과정에서 중요한 내러티브의 역할을 수행하는 특성으로 변모되고 있는 상황이다.

물론 영상의 부족한 부분에 대한 보충 또는 빈번하게 사용되고 있는 영상 자막의 상반된 의견이 제시되고 있는 상황임에도 불구하고 영상 자막의 사용 범위 확대 및 증가 요인은 또 다른 해석이 요구된다.

그러므로 본 논문에서는 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 중요성을 인식하고, 영상언어의 활용도적인 측면에서 기능과 특성을 살펴보고자 한다. 또한 다양한 장르에서 활용되고 있는 영상 자막의 사례를 통해 그 형식과 스타일을 분석하고 특성에 대해 논의하고자 한다.

2. 이론적 논의

2.1 타이포그래피

텔레비전 영상에서 활용되고 있는 영상자막, 즉 문자는 프로그램의 장르적 특성에 따라 문자의 종류와 색, 위치가 달라진다. 또한 문자가 활용되는 매체는 크게 두 가지로 분류 할 수 있다. 일반적으로 활용되는 인쇄물의 문자는 ‘타이포그래피’라고 하며, 그 외의 스크린이나 모니터에 사용되는 문자를 ‘키네틱 타이포그래피’라고 한다. 일반적인 문자의 형태인 ‘타이포그래피’는 2차원의 평면에서의 정적 움직임을 가진다. 하지만 문자의 움직임에 3~4차원적 입체감과 사운드 효과음을 첨가하면 ‘키네틱 타이포그래피’라고 한다. ‘타이포그래피’와 ‘키네틱 타이포그래피’의 차이점은 표 1과 같다.

[표 1] 타이포그래피와 키네틱 타이포그래피의 비교[3]

	타이포그래피	키네틱 타이포그래피
매체	종이	스크린, 모니터
표현	형태가 있는 시각적 문자언어	청각적 문자언어도 포함
공간	2차원 평면	시청각이 존재하는 3, 4차원 공간
움직임	정적	동적
환경	인쇄	빛
Color	CMYK	RGB

키네틱(Kinetic)이란 말은 문자 자체가 움직이거나 움직이는 부분이 조립된 것을 의미한다. 움직임을 중심으로 한 ‘타이포그래피’의 종류는 세분화 시키면 시킬수록 다양해진다. 홀로그램과 레이저아트, 비디오아트 등 분류에 따라 ‘키네틱 타이포그래피’의 다양성이 나타난다. 이와 같이 모든 글자의 움직임은 ‘키네틱 타이포그래피’의 범주로 볼 수 있으며, 영상 자막은 정보 전달과 디자인적 요소를 가미하여 활용되는 특성을 갖고 있다.

2.2 텔레비전 영상 자막의 특성

텔레비전 프로그램에 있어서 영상 자막의 특성은 정보를 전달하는 역할을 수행한다. 또한 다양한 장르에서 활용되고 있는 영상 자막의 유형과 형식은 다변화 되고 있는 추세이다. 궁극적으로 영상자막이 갖고 있는 영상 언어의 기능적인 측면에서 정보를 전달하는 수단으로 활용되고 있으며, 함축적인 메시지를 전달하는데 있어서 중요한 역할을 수행하고 있다.

또한 영상 자막의 시각적 구성 및 효과의 중요성은 화면의 영상과 자막의 혼용에 의한 동시적인 정보를 전달하는 측면에서 그 중요성이 인식된다. 영상 자막의 시각 구성에 따른 주요 이미지와 함께 하나의 텍스트로서 정보를 전달하는 측면에서 분명히 강조되어야 하는 것은 영상 언어와 텍스트 언어의 조화를 이루는 것이다. 즉 영상과 자막으로 구성되어진 다중적 시각효과를 전달하는 측면에서 일정한 화면비의 분할로 구성되는 특성을 갖고 있다.

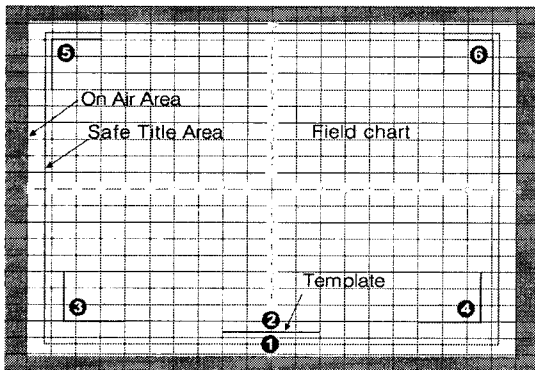
다양한 방송 프로그램의 장르에서 활용되고 있는 영상 자막의 특성은 적절한 정보를 문자 그래픽을 통해서 정보를 전달하는 특성을 갖고 있다. 또한 영상 자막은 영상과 문자의 영역이 혼용되어 하나의 텍스트로 발전되는 상황에서 메시지를 전달하는 기능적인 측면에서 발전되고 있는 상황이다.

2.3 텔레비전 영상 자막의 구성 형식

텔레비전 영상 자막의 구성은 다양하고 복합적인 요소들이 조화를 이루는 것에서부터 시작된다. 이에 따른 이미지의 구성은 영상과 텍스트로 구성되어 있는 상황에서 적절한 공간의 배치를 통한 작업이 이루어지는 것이 대부분이다. 한정된 프레임 안에서 조화로운 이미지의 구성과 배열을 통한 시각적 효과 즉 다양한 정보를 텍스트를 통해서 움직이는 영상과 조화를 이룰 때 영상 자막의 정보 전달은 그 기능을 다한다고 말할 수 있다.

텔레비전 영상 자막 구성에 있어서 중요한 사항은 이미지의 구성 형식이다. 즉 다양한 영상 요소들을 프레임

안에 배치하여 만족스럽고 통일성을 갖게 하고 이미지는 선, 색, 부피, 빛, 배열, 시선 등 다양한 요소들을 배치함으로써 완성된다[5]. 그러므로 영상 자막의 조화로운 배열을 통해서 안정적인 균형을 갖는 특성을 갖고 있다. 이러한 이미지의 구성은 다양한 매체에 적용되는 것을 살펴볼 수 있다. 예를 들어 광고에서 활용되고 있는 영상 이미지와 광고 카피의 연결 또는 프레임의 분리를 통해서 연결하는 포지셔닝은 중요한 작용으로 나타난다[6]. 텔레비전 영상 자막의 구성 형식 또한 올바를 포지셔닝을 통해서 정보 전달의 기능을 충족하는 것이 유사한 점이다.



[그림 1] 4:3 화면의 그리드[4]

2.4 텔레비전 영상 자막의 배열

텔레비전 화면을 구성하는 영상 자막의 위치와 크기는 프레임의 공간적 활용을 위해서 적절한 화면 구성이 필요하다. 화면 구성은 이미지가 만족스럽게 통일성을 갖도록 하기 위해 모든 시각적인 요소들을 프레임 안에 배치하는 것이다[7]. 그로인해 영상 자막의 공간적 활용은 텍스트를 통해서 직접적인 전달이 뛰어나기 때문에 시청자의 주목을 끌기 위해서는 다양한 시각적 형식을 통한 표현 방식 및 위치의 배열은 정보를 전달하는 측면에 있어서 중요한 작용을 한다. 즉 영상 자막의 특성을 시각적으로 명확하게 전달하기 위한 방법은 프레임 안에 배치되어 있는 피사체의 영역을 피해서 영상 자막을 배열하는 방법이다. 즉 영상과 자막이 밀접하게 결합되어 있으나 서로 분리되어 시각적으로 명확하게 표현하기 위한 공간 활용이 우선시 되어야 한다는 점이다.

대체적으로 영상 자막의 배열은 핵심적인 문자 텍스트를 이미지화하여 왼쪽과 오른쪽에 구성하는 형식, 위와 아래에 구성하는 형식, 그리고 중심 주변부에 구성하는 형식이 대표적이다. 즉 영상 자막은 텔레비전의 그래픽 구성 요소로서 화면 비(aspect ratio)의 공간적 활용의 다

양성을 살펴볼 수 있다. 무엇보다도 공간적 활용을 통한 다양한 배치가 이루어지는 것도 중요하지만 프레임 안의 주사영역과 본질영역의 구분된 상황에서 그래픽 구성 요소인 영상 자막은 본질영역에 배치되는 것인 중요한 결정사항이다.

또한 영상 자막의 배열에 있어서 중요한 사항은 화면비, 주사와 본질 영역, 화면비 밖의 디자인, 표준 TV와 HDTV의 화면비의 조화, 정보의 양과 가독성, 색, 그리고 스타일[8]등이 반드시 고려되어야 한다. 또한 텔레비전 영상 자막을 배열하는데 있어서 가장 중요한 사항은 시각적 구성 형식의 인상적인 효과를 부여하는 것이다. 우선적으로 가장 강력한 인상적인 효과를 구성한 자막은 시청자가 프로그램을 시청할 수 있는 동기를 부여하고, 프로그램의 특성을 알리고, 시청할 수 있는 가이드라인을 제공하는데 있어서 프로그램의 직접적인 성공의 기회를 제공하는 역할을 수행한다[9]는 측면에서 영상 자막의 시각적 구성에 따른 적절한 공간을 활용한 배열은 정보를 제공하는데 있어서 중요한 역할을 수행한다.

2.5 영상자막의 정보 전달의 기능 :커뮤니케이션의 관점

텔레비전 화면은 한정된 프레임 공간 활용에 따른 정보량의 지장이 한정적이다. 그럼에도 불구하고 텔레비전 영상 화면의 구성은 영상 정보 이외에 다양한 영상 자막 활용도의 증가와 새로운 유행적 패턴으로 작용하고 있는 추세이다. 텔레비전 화면 구성에서 사용되고 있는 영상 자막은 단순한 정보를 전달하는 기능적인 측면에서 그 활용도는 중요성으로 인식되었다. 그러나 최근 다양한 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막은 시각언어로서 커뮤니케이션의 정보전달의 역할을 수행한다.

텔레비전 영상 자막을 활용한 커뮤니케이션의 정보 전달 기능적인 측면에서 우선시 되어야 할 과제는 한정된 프레임 공간에 좌우 양쪽에 동일한 무게감을 통한 주요 인물 또는 피사체의 중요성을 동시에 강조하는 것이다 [10]. 물론 영상은 영상자막을 구성하는 텍스트 보다 훨씬 오랫동안 시선을 끄는 효과를 갖고 있지만, 영상과 문자가 혼용되어 구성된 시각적 전달 방식에 있어서 정보 전달의 기능은 커뮤니케이션의 정보 전달적 측면에서 보다 더 효과적으로 작용된다.

또한 텔레비전 화면 구성에 따른 영상자막의 올바를 포지셔닝의 중요성을 감안한다면 다양한 그래픽 기법을 활용한 영상 자막의 유행적 흐름은 프레임 안에 위치한 인물 또는 피사체와의 균형 또는 무게감의 조화를 통한 구성 이외의 다양한 시각적 구성 요소들이 서로 어우러

저 상호작용으로 나타난다.

3. 영상자막의 구성 형식 분석

본 연구에서 영상자막의 구성 형식을 분석하기 위해서 선행 작업으로 자막의 위치를 추출하여야 한다. 자막의 위치 추출을 위한 방법으로는 BJGView ver. 1.0을 사용한다[11].

연구 대상의 실험 데이터는 지상파 및 케이블TV에서 제공하는 뉴스, 스포츠, 쇼 프로그램, 홈쇼핑, 음악 등과 같은 방송에서 얻어진 동영상을 이용한다.

이 영상은 자막을 포함하고 있으며 뉴스 및 스포츠 영상은 100개, 쇼 프로그램 및 홈쇼핑, 음악 영상은 150개의 영상으로 전체 영상은 총 250여개의 1분에서 2분 사이의 영상 사이즈로 한다. 이 중에서, 영상에 포함된 자막은 15~50 픽셀의 높이로 다양한 높이의 글자 크기로 존재한다.

4. 장르별 영상자막

4.1 뉴스 프로그램

뉴스 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막은 그림 2, 3과 같이 활용되고 있으며, 다른 장르에 비해 영상 자막의 활용도가 매우 높은 장르중의 하나이다.



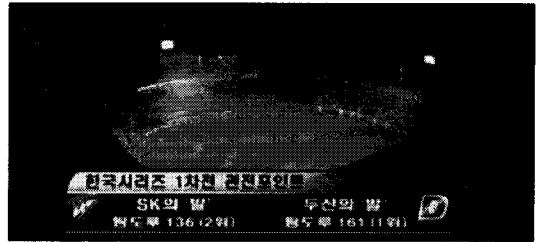
[그림 2] 뉴스프로그램 영상자막과 그래픽



[그림 3] 뉴스프로그램의 하단 자막

4.2 스포츠 프로그램

스포츠 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막은 그림 4, 5와 같이 경기 전반의 정보를 제공하는 역할을 한다.



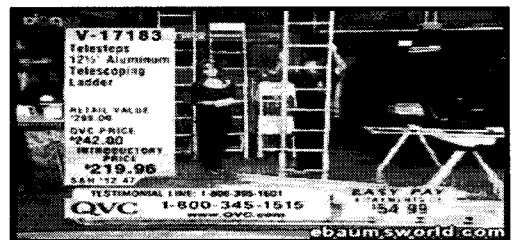
[그림 4] 프로야구 중계 자막활용



[그림 5] 축구경기의 자막활용

4.3 홈쇼핑

홈쇼핑 프로그램에서 사용하고 있는 영상 자막의 그림 6, 7과 같이 다양한 위치에 영상 자막이 분포되고 있다.



[그림 6] 홈쇼핑 광고의 'L바' 구성형식



[그림 7] 홈쇼핑 광고의 하단자막 활용

4.4 오락 프로그램

오락 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막은 그림 8, 9와 같이 다양한 시각적 구성 형식, 즉 그래픽 요소를 가미한 특성을 갖고 있다.



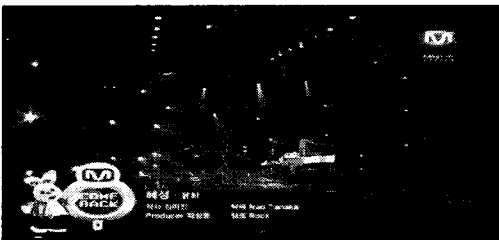
[그림 8] 오락프로그램의 영상자막



[그림 9] 오락프로그램의 그래픽 구성과 자막

4.5 음악 프로그램

음악프로그램에서 활용되고 있는 영상자막의 구성은 그림 10, 11과 같이 나타나며, 다른 장르와 비슷하게 주로 하단 자막의 구성 형식을 활용하고 있다.



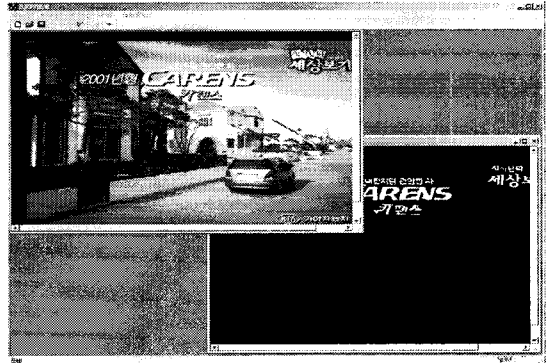
[그림 10] 음악프로그램의 영상자막



[그림 11] 음악프로그램의 영상자막

5. 성능 평가 및 분석

그림 12는 동영상에서 자막추출을 위한 BIGView 실행과정을 나타내며, BIGView 프로그램의 자막추출영상은 실시간으로 자동 저장된다.



[그림 12] BIGView를 이용한 동영상에서 자막추출 과정

표 2는 실험 데이터로부터 얻은 영상에서 BIGView ver. 1.0를 적용하여 추출한 자막의 결과이다. 영상에서 자막 추출의 평가 방법은 모든 자막을 탐지 할 뿐만 아니라 정확하게 탐지한다는 것이 중요한 평가 요소가 된다. 그러므로 실제 전체 자막에서 정확하게 탐지된 자막의 비율(T_t)과 탐지된 자막 중에서 정확하게 글자를 인식한 자막의 비율(t_t)을 의미한다.

[표 2] 실험데이터에서 추출한 자막의 성능 결과 차트

	탐지된 자막 / 전체자막(T_t)	인식한 자막 / 탐지된 자막(t_t)
오락, 홈쇼핑, 음악	75.4%	92.3%
뉴스, 스포츠	71.3%	86.1%

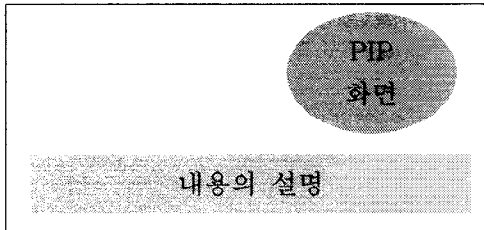
본 실험에서 대부분 70%~90%의 T_t 와 t_t 를 보이고 있다. 영어 자막의 경우 하나의 획으로 이루어지므로 각 글자가 하나의 연결 대상으로 구성되어나, 한글은 하나의 글자가 다수의 획으로 구성되어 다양한 조합으로 이루어진다. 이러한 다수의 획으로 구성되는 경우가 실험데이터에는 대부분을 차지하고 있기에 한글 자막 추출은 영어 자막 추출에 비해 더욱 어려우므로 탐지된 자막의 성능 결과가 최대 90%를 나타내는 것이다.

또한, 자막 추출에 사용하는 영상들은 성능을 파악하기 위해 정해진 포맷 및 실험 평가 데이터의 표준이 없기에 실험 데이터의 종류에 따라서 자막 추출의 성능에 많

은 영향을 끼친다고 본다. 본 실험에서 T₁가 T₂에 비해 상대적으로 높은 수치를 보였는데, 이는 탐지된 연결 대상의 대부분이 자막임을 증명한다. 이에 반해서 T₂는 조금 낮은 수치의 결과가 나왔다. 특히, 뉴스 및 스포츠와 같은 작은 범위 안에 다수의 자막이 존재하는 경우에는 자막으로 인식하지 못하는 경우에 해당된다.

5.1 뉴스 프로그램

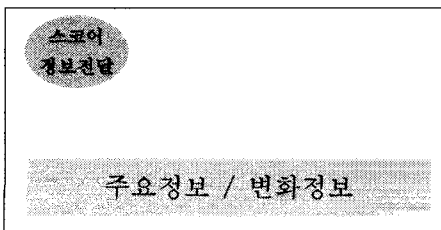
뉴스 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 분석 결과는 화면의 중첩비와 화면 구성의 다양한 시각적 구성 요소를 통한 정보 전달의 시각적 전달력이 뛰어난 것으로 나타나고 있다. 또한 그림 13과 같이, 뉴스 프로그램의 영상 자막의 쓰임새는 대체적으로 뉴스의 아이템을 소개하는 PIP 화면과 하단 영상 자막의 동시적인 정보를 제공함으로써 영상 자막의 균형감 있는 화면 구성의 특성을 나타내고 있으며, 홀림자막을 통한 다음 뉴스 아이템을 소개 하는 것으로 분석된다.



[그림 13] 뉴스 화면의 자막 위치

5.2 스포츠 프로그램

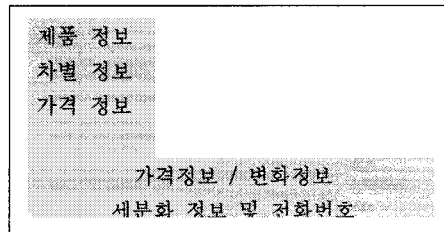
스포츠 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 위치는 그림 14와 같이 전반적인 경기 상황을 전달하는 기능적인 역할을 수행하는 것으로 분석된다. 왼쪽 화면 상단의 영상 자막은 경기 스코어 상황을 설명하고, 중앙 하단 자막의 구성은 상대팀 선수 명단 및 경기 중 교체 선수에 대한 간략한 정보를 그래픽 처리하여 간략하게 구성하는 것으로 분석된다.



[그림 14] 스포츠 프로그램의 자막위치

5.3 홈쇼핑

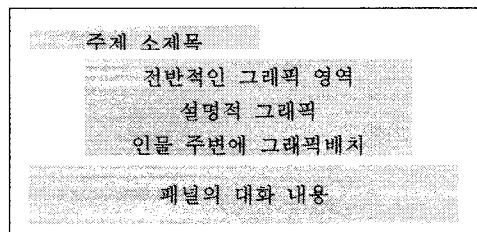
홈쇼핑에서 사용하고 있는 영상 자막의 분석 결과는 그림 15와 같이 'L'자바 형식으로 구성되어 있다. 홈쇼핑 방송의 상품 판매를 목적으로 구성된 영상 자막의 특수성을 감안하면, 'L자바'의 영상 자막의 구성은 상품의 코드번호, 가격, 사이즈, 전화번호, 판매수량 등 다양한 정보를 제공함으로써 수용자의 상품 구매에 있어서 정략적인 정보를 제공하는 것으로 분석된다.



[그림 15] 홈쇼핑 프로그램 자막위치

5.4 오락 프로그램

오락 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 구성은 다양한 그래픽 구성 및 자막을 활용한 다양한 시각적 정보를 제공하는 것으로 분석된다. 그림 16과 같이 화면 안에 그래픽 영역과 자막의 영역이 혼용되어, 관습적 화면 비 안에서의 자막의 위치가 불규칙적으로 사용되고 있는 것으로 분석된다. 또한 오락 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막은 또 다른 내용을 전달하는 내러티브의 역할을 수행하는 것으로 분석된다.

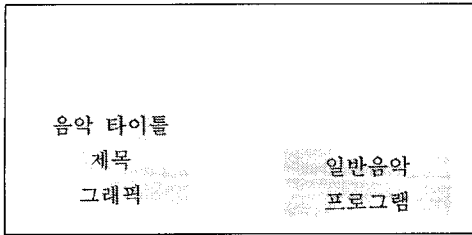


[그림 16] 오락프로그램의 자막위치

5.5 음악 프로그램

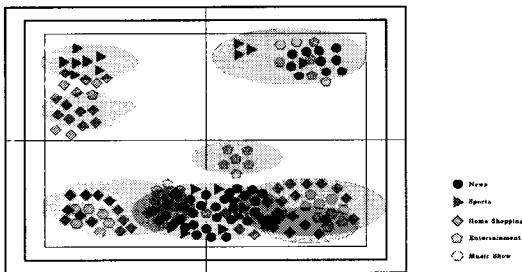
음악 프로그램에서 활용되고 있는 영상자막의 분석 결과는 그림 17과 같이 규칙적인 정보를 제공하는 기능으로 분석된다. 영상 자막의 유형과 형식은 보편적인 가수의 타이틀 제목과 노래가사를 하단 자막으로 구성하고 있는 것으로 나타나고 있다. 또한 실시간 시청자의 문자 서비스 내용이 홀림자막으로 송출되어 시청자의 양방향

서비스가 구현되는 특성으로 나타나고 있다.



[그림 17] 음악프로그램의 자막위치

지금까지 뉴스, 스포츠, 홈쇼핑, 오락, 음악 프로그램의 각 자막별 특성을 나타내었다. 이를 종합적으로 자막 분포도 형식으로 표현한 것이 그림18이다. 여기에서 보듯이, 각 자막별 특성은 장르별 프로그램의 영상 이미지의 위치와 관련된 시각적 구성 요소와 관련 있다. 즉 영상 자막은 한정된 프레임 공간에 뉴스와 스포츠, 음악의 경우 영상 자막은 하단에 위치하고, 오락 및 홈쇼핑의 경우는 휴레스틱하게 불규칙적인 위치에 배치되어 있음을 알 수 있다.



[그림 18] 자막분포도

6. 결론

이상과 같이, 본 연구는 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 구성 형식에 따른 시각적 정보 전달의 중요성을 인식하고, 다양한 장르의 사례를 통한 그 활용도 적인 측면에서 나타나고 있는 영상 자막의 시각적 구성 형식과 스타일을 분석하였다.

그 결과, 다양한 방송 프로그램에서 활용되고 있는 영상 자막의 특성은 정보를 제공하는 수단의 도구적 활용도적인 측면에서 중요성이 인식되고 있는 것으로 나타났다. 또한 영상 자막은 영상 언어와 함께 강조되어지는 부분에 있어서 하나의 텍스트로 조화를 이루면서 메시지를

전달하는 특성을 살펴볼 수 있는 것으로 나타났다. 팔목 할만한 대상은 오락 프로그램에서 사용되고 있는 영상 자막의 특성은 다른 장르에 비해 단순한 글자가 아닌 다양한 그래픽을 활용을 통해 또 다른 재미를 더해주는 것으로 나타났으며, 그 사용 빈도수 또한 다른 장르에 비해 매우 높은 것으로 나타났다. 영상 자막의 시각적 구성 형식의 특징과 변화에 대한 본 연구의 해석은 영상과 문자가 복합적으로 사용되는 방송 프로그램의 특수성을 감안하고, 영상이미지 커뮤니케이션의 관점에서 정보 또는 프로그램의 메시지를 전달하는 기능적인 측면에서 다양성과 상호작용의 특징으로 해석하고자 한다.

[표 3] 프로그램의 영상 자막 장단점 비교

	장점	단점
뉴스	중심정보 간략화	짧은 노출시간
스포츠	화면 중심	간략한 정보
오락	재미	불규칙한 정보 정보의 난립
홈 쇼핑	정보의 다양화 선택의 다양화	무차별적 정보 시선의 분산
음악	양방향 정보 화면 중심	자막정보 소홀

이상과 같이 본 연구에서 살펴본 영상 자막의 시각적 구성 형식의 중요성은 표3과 같이 방송의 종류에 따른 자막 위치의 중요성이 인식된다. 또한 한정된 프레임 공간에 다양한 영상정보의 구성, 즉 영상과 문자의 핵심적인 요소들이 상호작용 하는 과정에서 방송프로그램의 시선 끌기를 유도하는 전인차 역할을 수행해야 할 것이다.

참고문헌

- [1] 손 용, 「현대방송이론」, 나남출판, 1989 p.35
- [2] 박은화·이수영, "영상자막의 표현양식과 수용자 시청행", 프로그램/텍스트, 한국방송영상산업진흥원, 2001년 5호, p.68
- [3] 이영주, 「타이포그래피디자인」, 청운대학교 2004, p.12
- [4] 전상렬 외, 「KBS 문자 그래픽 가이드북」, KBS 편성본부 그래픽실, 2001, p.59.
- [5] 주창윤, 「영상이미지의 구조」, 나남출판, 2003, p.94
- [6] 주창윤, 「영상이미지의 구조」, 나남출판, 2003, p.99
- [7] Ward Peter, 「Picture composition for Film and Television」, Reed Educational & Professional

- Publishing Ltd, 1996: 김창유 옮김, 「영화TV의 화면 구성」, 책과길, 2002, p.13
- [8] Zettl Herbert, 「Television Production Handbook」, 5th edition, Wadsworth, Inc, 1992; 임영호·장지현·이수경 옮김, 「방송제작론」, 청문각, 2003, p.443
- [9] Millerson Gerald, 「The technique of Television Production」, 12th edition, Focal Press, 1990, p.348
- [10] Ward Peter, 「Picture compositin for Film and Television」, Reed Educational & Professional Publishing Ltd, 1996: 김창유 옮김, 「영화TV의 화면 구성」, 책과길, 2002, p.129.
- [11] 이세열, "디지털 영상에서의 타이포그래피를 위한 다양한 자막 추출에 관한 연구", 한국디지털디자인학 연구, 2008, P.183.

함 현(Hyun Hahm)

[중신회원]



- 1997년: California State Univ Los Angeles RTVF(예술학사)
- 2001년: 중앙대학교 신문방송학과(인문학석사)
- 2008년: 고려대학교 영상문화학과 (박사과정)
- 2002~현재: 청운대학교 방송영상학과 조교수

<관심분야>

방송영상, 영상커뮤니케이션, 영상문화