

실험적 잡지(스트리트매거진, 또는 인쇄매체의 실험적 잡지)
디자인의 인터넷에서의 표현방법에 관한 연구
- ttl 매거진, Paper, 웹진 Sponge 의 디자인 사례 분석을 중심으로 -

A Study on the expression method in the internet of design with
experimental magazine(street magazine or experimental magazine of printed media)
- Focused the ttl magazine, Paper, web-zine Sponge -

황상미(Hwang Sang Mi)

인제대학교 대학원 디자인학과

최인규(Choi In Kyu)

인제대학교 디자인학부

1. 서론

- 1.1 연구의 필요성
- 1.2 연구 목적
- 1.3 연구 범위 및 방법

2. 실험적 잡지 · 인터넷 잡지 · 웹진의 현황 및 특성

- 2.1 실험적 잡지 · 인터넷 잡지 · 웹진의 현황
- 2.2 실험적 잡지의 특성
- 2.3 인터넷 잡지의 특성
- 2.4 웹진의 특성

3. 실험적 잡지 및 웹진의 비교 분석

- 3.1 티티엘(ttl) 매거진
- 3.2 페이퍼(paper)
- 3.3 웹진-스폰지(sponge)
- 3.4 비교분석 결과
 - 3.4.1 내용 구성
 - 3.4.2 시각적인 면
 - 3.4.3 기타

4. 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환방법과 표현방법

- 4.1 내용
- 4.2 타이포그래피
- 4.3 컬러
- 4.4 사진 · 일러스트
- 4.5 기타

5. 결론

참고문헌

(要約)

인터넷 경쟁 시대에 들어선 지금, 젊은 계층을 겨냥한 실험적 잡지들 또한 인터넷 잡지로의 전환을 시도하고 있다. 본 연구는 이러한 시점에서 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환시 고려해야 할 콘텐츠의 구성과 시각적인 표현 방법에 대해 연구하고자 한 것이다.

따라서 인쇄잡지와 인터넷 잡지가 동시에 존재하는 티티엘과 페이퍼, 그리고 웹진 스폰지를 내용, 타이포그래피, 컬러, 사진 · 일러스트, 기타 등으로 나누어 분석해 보고 그 결과를 적용하여 앞으로 인터넷 잡지가 어떤 콘텐츠 구성과 시각적인 표현 방법으로 발전해 나가야 할 것인지 그 방법을 제시하고자 한다.

(Abstract)

Today, as era of Internet competition, experimental magazines—created especially for young adult group—are also trying to convert themselves into a internet magazines. This study intends to find out contents format and visual expression that should be considered for on-line conversion of these magazines.

The industry's leading experimental magazines, for example, 'ttl', 'Paper', and 'webzine sponge' which co-exist in both printed and web-based format are to be examined by their contents, typography, colors, pictures& illustrations and others. This study intends to exam and suggest possible contents format and visual expression which they ought to evolve with.

(Keyword)

experimental magazines, internet magazines, webzine

1. 서론

1.1. 연구의 필요성

20세기 이후 매스커뮤니케이션(masscommunication)의 발달이 급속히 진전되면서, 우리 사회에는 인간의 의식과 행동양식이 규격화·획일화되는 이른바 '대중화' 현상이 나타났다. 이러한 현상에 지겨워진 많은 사람들이 이제는 그런 획일화된 것에서 탈피하기 위해 여러 가지 시도를 하고 있다.

그 예로 엽기 광고, 엽기 사이트, 실험적이고 파격적인 의상이나 생활용품의 사용 등이 젊은 계층을 중심으로 이루어지고 있는데, 인쇄매체에서도 젊은이들을 타겟으로 한 실험적인 시도들이 계속 이루어지고 있다. 스트리트매거진(street magazine)이 그 대표라고 할 수 있는데 이러한 잡지들은 비주얼이 강화된 감각적인 사진과, 튀는 편집, 크고 시원시원한 사진, 재미있고 독특한 일러스트레이션, 자유분방한 타이포그래피 등을 사용하고, 그 내용면에서도 중독, 자살, 엽기 등 기존 잡지에서는 볼 수 없었던 감각적인 아이템을 커버스토리나 특집으로 내세워 내용의 특이성을 유지함으로써 젊은 계층에게 큰 인기를 누리고 있다.

디지털 기술의 발달로 인한 인터넷 경쟁시대에 들어선 지금 이러한 실험적 잡지 또한 인터넷을 통해 많은 젊은 계층에게 전달되고 있다. 하지만 이러한 인터넷잡지가 실험적 잡지와 비교했을 때 시각적인 면이나 콘텐츠 면에서 많이 고려되지 못하고 있는 실정이다. 인터넷이라는 멀티미디어적인 장점도 살리지 못하고, 사용자의 특성을 고려한 콘텐츠 개발도 미흡함으로써 인쇄매체에서 만큼의 만족감을 주지 못하고 있는 실정이다. 책보다는 컴퓨터 앞에 앉아 있는 시간이 늘어나는 젊은 계층을 위한 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환 방향과 표현방법에 대한 연구가 시급할 때이므로 본 연구가 필요하다 하겠다.

1.2. 연구의 목적

스트리트매거진과 같은 실험적 잡지 및 인터넷 잡지, 웹진이란 어떤 것인지 그 정의와 특징을 알아본다.

실험적 잡지와 인터넷 잡지, 웹진의 장·단점과 내용 구성, 시각적인 고려사항 등을 비교·분석하여 실험적 잡지나 웹진의 성격을 파악한다.

실험적 잡지와 웹진의 시각적인 면과 콘텐츠 구성면에서의 장점을 적용한 인터넷 잡지의 개선점을 알아보고, 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환시 콘텐츠 구성과 시각적 표현방법에 대한 그 방법을 제시하고자 한다.

1.3. 연구 범위 및 방법

본 연구는 국내에서 발행되는 인터넷 잡지를 가지고 있는 스트리트매거진 및 실험적 잡지와, 웹진을 대상으로 실시하였다.

1) 스트리트 매거진은 60년대부터 미국에서 나타나기 시작한 전위적인 디자인과 내용을 담고 있는 잡지로서 카페나 다운타운의 쇼핑가에 무료로 배포하면서 광고 수입으로 재정을 충당하여 운영하는 무기지이며 우리나라에서도 90년대 들어 신세대의 인디문화를 바탕으로 생겨났다. (오정화 정성환 홍찬석, 스트리트 매거진의 성격을 규명하는 타이포그래피의 역할, 한국디자인학회 논문, 2001)

2) 오정화 정성환 홍찬석, 스트리트 매거진의 성격을 규명하는 타이포그래피의 역할, 한국디자인학회 논문, 2001

인터넷 잡지를 가지고 있는 스트리트매거진 중에서는 현지 발행이 활발히 이루어지고 있어서 수집이 용이하고, 스트리트매거진뿐만 아니라 인터넷 잡지도 활발히 운영되고 있는 것을 선정하였다.

대표적인 것으로 우리나라 스트리트매거진의 시초이자 지금도 많은 마니아층을 확보하고 있는 PAPER와, 특정기업에서 운영하고 있어 다른 스트리트매거진에 비해 전문적이고 체계적으로 운영되고 있는 TTL매거진을 선정하였다.

또한 웹진으로는 칼라와 레이아웃이 매우 실험적이고 파격적이면서도 많은 내용을 담고 있는 것으로 선정, 분석하여 인터넷 잡지의 나아가야 할 방향에 대해 모색해보고자 하였다.

그 방법으로는 먼저 문헌조사 및 자료조사를 통해 실험적 잡지와 인터넷 잡지, 웹진의 정의 및 특징을 알아보았다. 더 구체적인 특징을 알아보기 위해 몇 가지 잡지 및 웹진을 비교·분석하여 문제점을 알아보고 해결방안을 찾아보았다.

2. 실험적 잡지·인터넷 잡지·웹진의 현황 및 특성

현재 국내의 잡지 현황을 알아보고 인쇄잡지가 인터넷 잡지로 전환되어야 하는 필요성을 밝히고 구체적인 비교·분석 전에 실험적 잡지, 인터넷 잡지, 웹진의 정확한 이해를 돕기 위해 정의 및 특성을 알아본다.

2.1. 실험적 잡지·인터넷 잡지·웹진의 현황

최근 인터넷이 전세계를 하나로 엮는 통신망으로 자리잡아감에 따라 기존 매체들은 인터넷을 이용해 자신의 영역을 넓혀가는데 주력하고 있다. 그중 하나가 바로 잡지 분야인데, 이러한 인터넷상의 잡지는 여러 가지 형태로 나타나고 있다.

인터넷 신문과 같이 인쇄매체로 발행된 잡지를 인터넷에서 재구현하는 인터넷 잡지와, 인쇄매체를 거치지 않고 처음부터 인터넷에서 구현하는 웹진 등이 그 예라고 할 수 있다. 연구자에 따라 그 의미가 조금씩 다르나 인터넷 매거진, 전자잡지, 이진, 온라인 잡지, 온라인 매거진 등과 혼용하여 쓰이고 있으며 아직까지 체계적인 개념이 잡혀있지 않은 모호한 상태이다.³⁾ 국내에서는 웹진의 창간이 늘어나고 있는 있으나 아직까지 인쇄매체가 주류를 이루고 있으며 그 인쇄물을 인터넷에서 재구현하는 인터넷 잡지 발행이 증가하고 있다.

그러나 아직까지 인터넷 잡지가 인쇄잡지의 시각적 특징을 제대로 살리지 못하고 있으며 인쇄물과의 이미지 연관성도 부족한 실정이다. 또한 다양한 콘텐츠, 사용상의 편의성, 휴대의 용이성 등을 내세워 활발히 진행되고 있는 웹진의 발행에 위협을 받은 인쇄잡지가 새로운 많은 변화를 시도하는 반면, 인터넷 잡지는 발행되는 종류나 수는 많으나 그 질적인 면에서 인쇄매체를 따라잡지 못하고 있는 실정이다. 국내 인터넷 사용자가 2400만명을 넘어선 이 시점에서 잡지 디자인의 인터넷 상에서의 구현은 필수이며 인터넷 잡지가 살아남을 방법은 스트리트매거진과 같은 실험적인 인쇄잡지의 표현방법을 살리면서 다양화되고 특성화된 수용자들을 고려한 콘텐츠 개발이 필요하다.

3) 김인숙, 디지털 혁명과 전자잡지, 이진 출판사, 2000, p66

2.2 실험적 잡지의 특성

20세기 이전까지 인쇄매체는 대중매체로서 확고한 자리를 잡게 되고, 경쟁상대가 없는 상황에서 최고의 전성기를 구가한다. 그러나 20세기 이후 새로운 멀티미디어적 뉴미디어의 등장으로 매체간의 무한경쟁이 시작되자 전통적으로 문자에 의존하여 메시지를 전달하던 인쇄매체는 영상매체에 비해 상대적으로 불리한 입장에 처하게 되었다. 4) 그렇게 되자 인쇄매체에서도 영상매체에 친숙해 있는 젊은 계층을 독자로 확보하기 위해 과감한 방법들을 시도하고 있다. 특히 오래 전부터 존재해 오던 패션 잡지나 정보잡지 외에 파격적이고 창의적인 실험적 잡지들이 많이 발견되면서 많은 젊은이들에게 사랑 받고 있다. 그 예로 스트리트매거진을 들 수 있다.

스트리트매거진은 그 내용 면에서 중독, 자살, 엽기 등 기존의 잡지에서는 흔히 볼 수 없었던 젊은 계층에 맞는 감각적인 이미지를 다루고 있으며 표현 면에 있어서도 과감한 레이아웃, 크고 튀는 사진의 다량 사용, 자유분방한 타이포그래피의 사용으로 인해 많은 인기를 누리고 있다.

여기서 말하는 실험적 잡지란 위에서 말한 스트리트매거진을 중심으로 한, 대중화 현상으로부터 탈피하려는 인쇄매체 상에서의 파격적인 시도가 이루어진 잡지를 말한다. 기존의 잡지와는 달리, 다른 크기의 판형을 사용하거나, 기존의 잡지에서는 볼 수 없었던 엽기적이거나 파격적인 내용을 다루거나, 가독성을 중요시한 타이포그래피의 사용보다는 시각적인 효과를 노린 실험적이고 자유분방한 타이포그래피의 사용, 튀고 키치적인 그래픽 요소나 칼라 사용, 감각적인 레이아웃 등 이러한 요소들을 사용한 잡지를 이하 실험적 잡지라 칭한다.

2.3 인터넷 잡지의 특성

인터넷 잡지 역시 인터넷 경쟁시대에 인터넷을 이용해 자신의 영역을 넓히려는 매체들간의 경쟁으로 인해 생겨난 하나의 잡지 종류이다. 이것은 인터넷 신문과 같이 종이잡지로 발행된 내용을 인터넷 홈페이지에 올리는 것으로 인터넷 사용자가 폭발적으로 늘어나면서 대부분의 잡지사가 인터넷상에서 독자와 만나고 있다. 5) 대부분의 잡지사는 홈페이지를 통해 회사 소개는 물론 요약 기사 제공, 과거 기사 제공, 다양한 부가 서비스를 통해 그 영역을 넓혀가고 있다. 6)

인터넷 잡지에는 두 가지 유형이 있는데, 그 하나는 인쇄 잡지를 재구성하여 인터넷상에 올리는 것이고, 또 하나는 인쇄물의 내용을 담고 있는 것으로 그것이 추가 되는 것이 아니라 별도의 콘텐츠를 추가로 구성하여 더욱 다양한 형태로 올리는 것이다. 현재 두 경우가 모두 사용되고 있다.

현재 존재하고 있는 인터넷 잡지 중 전자의 형태를 취하고 있는 경우는 상단이미지나 메뉴바를 구성하는 이미지 외에는 특별히 추가되는 이미지 없이 페이지를 구성하고 있다. 하지만 인터넷이라는 환경적 특성상 인쇄잡지에서의 과감한 레이아웃이나 타이포그래피의 특징은 제대로 살리지 못하고 있으며 텍스트 전달 위주의 짜임새 때문에 인쇄매체만큼은 활성화되지 못하고 있다.

4) 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션북스, 1999

5) 김인숙, 디지털 혁명과 전자잡지, 아진출판사, 2000, p.63

6) 황민성, '피쳐통신 출판물' 활용실태에 대한 연구, 중앙대학교 석사 학위논문, 1995, p.41

반면 후자의 경우, 인쇄매체의 내용을 포함하고는 있으나 별도의 콘텐츠를 추가함으로써 웹진과 거의 동일한 성격을 가지고 있다. 즉 인쇄매체에서 사용한 이미지는 인쇄매체를 다루는 메뉴에서 주로 사용하고 나머지는 별도의 콘텐츠와 함께 별도의 이미지를 주로 사용한다. 그렇기 때문에 전자의 경우는 다르게 웹진의 성격을 더 많이 가지고 있으며 전자의 경우보다 많이 활성화되기도 한다는 장점을 가지고 있다.

2.4 웹진의 특성

인터넷의 이용자가 늘어나면서 종이매체를 거치지 않고 처음부터 인터넷을 이용, 전자잡지의 한 형태로 제작되는 잡지를 말하며 현재 그 발행 부수가 지속적으로 늘어나고 있다.

웹진의 유형에는 크게 네 가지가 있는데 첫째, 기존 대기업 언론매체가 인터넷상에서 운영하는 웹진 둘째, 정보통신사들이 창간·운영하거나 자본을 투자하는 웹진 셋째, 국내 대기업에서 운영하는 웹진 넷째, 독립 웹진이다.

이러한 여러 유형의 잡지 중 본 연구는 스트리트 매거진을 중심으로 한 실험적 잡지를 중심으로 하는 연구이므로 스트리트 매거진의 인터넷 잡지와 성격이 유사한 웹진을 그 사례로 선정하였다. 이러한 웹진은 다른 유형의 웹진보다는 이미지 사용이 많고, 과감한 타이포그래피와 시각적 요소들이 사용되어진다. 그러나 인터넷상에서의 구현이라는 한계성 때문에 인쇄 잡지만큼은 자유롭게 표현되지 못하고 있다.

특히 컬러사용이 제한적이며 본문에 사용되는 서체 또한 가독성의 이유로 다양하지 못하다. 그러나 사례의 경우(스폰지 등)처럼 기존의 웹진의 스타일에서 완전히 벗어난 과감한 웹진들이 많이 등장하고 있다.

3. 실험적 잡지 및 웹진의 비교분석

잡지와 웹진은 그 요소적인 면이나 사용자의 특성 등에 따라 공통적인 성격뿐만이 아니라 매우 다른 성격을 지니고 있기도 하다. 보통 잡지는 플래닝, 콘텐츠, 타이포그래피, 사진 및 일러스트레이션, 컬러, 레이아웃, 그리드, 여백, 제본방식 등에 의해 분석되어지며, 웹진이나 기타 웹사이트는 콘텐츠, 시각적 요소(레이아웃, 컬러, 타이포그래피, 사진 및 일러스트, 아이콘 등), 사용성, 인터랙티비티, 내비게이션 등의 기준에 의해 분석되고 있다. 7) 연구자는 본 논문에서 콘텐츠와 디자인의 시각적 요소를 중심으로 다루고자 하므로, 잡지와 웹진에서 공통으로 다뤄지며 추가 되는 요소인 콘텐츠, 타이포그래피, 사진 및 일러스트, 컬러 등을 중심으로 분석하고, 기타 잡지나 웹진만의 요소 중 빠져서는 안될 시각적 요소를 더해 분석하고자 한다.

3.1. TTL 매거진

이 잡지는 티티엘 존(ttl-zone)에 가면 무료로 받아볼 수 있는 것으로 특정 회사의 홍보와 서비스 차원에서 제작·배포되어진다. 그러므로 순수한 스트리트매거진과는 약간 차이가 있다.

티티엘(ttl) 홈페이지는 다양한 콘텐츠로 구성되어 있어 활발

7) 전 화이트, 편집디자인, (주)안그래픽스, 1991

8) 김선주, 월간<디자인> 2001년 3월호 <web+digital>, p8.9

이지현, 월간<디자인> 2001년 11월호 <web+digital>, p26.27

히 운영되고 있으며 그 중 티티엘 매거진을 하나의 메뉴로 구성하여 보여주고 있다.

3.1.1 내용



[그림 1] ttl 인쇄잡지와 사이트(Main)

① 티티엘(ttl) 매거진

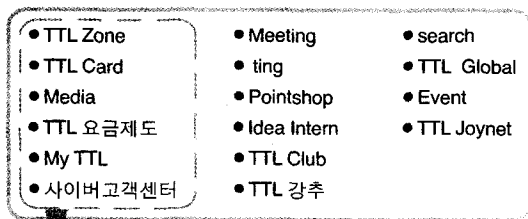
이 잡지 제작의 목적은 특정회사 제품의 홍보 및 고객 서비스를 위한 것이다. 따라서 다른 스트리트매거진과 같은 타 기업의 상업성 광고는 존재하지 않는다. 그러나 그렇다고 해서 자사 제품의 직접적인 광고 또한 찾아볼 수 없다. 그러나 제품의 이름을 이 잡지의 표제로 사용하고 있다는 점과 이 잡지를 구하기 위해서는 이 회사에서 특별히 제공하는 공간에 가야 한다는 사실만으로도 충분한 홍보 효과를 누리고 있다.

이 잡지의 가장 큰 특징은 하나의 주제 또는 두 세계의 주제가 전체를 이끌어 간다는 것이며 그 중에서 표지1과 표지4가 각각의 표지-텍스트 위주의 내용에 대한 표지, 이미지 위주의 내용에 대한 표지-로 활용되고 있다는 점이다.

텍스트 위주의 페이지에서는 젊은 계층, 특히 티티엘의 주요 고객이 되는 학생들이 공감할 수 있는 주제를 선택해서 그 주제에 맞는 칼럼, 일러스트, 사진, 인터뷰, 기타 다양한 기사로 지면을 채우고 있으며 알림판, 문화정보, 퀴즈 등 기타 내용을 제외한 80% 이상이 이 주제로 채워져 있다. 주제로는 시험, 편지, 복고, 인터넷 등 학생이나 젊은 계층의 사람들이 공감할 수 있는 것들로 이루어져 있다.

② 티티엘(ttl) 사이트 - www.ttl.co.kr

이 사이트는 잡지와 마찬가지로 특정회사 제품의 홍보 및 서비스 제공을 목적으로 하고 있다. 그러나 잡지와는 다른 방법을 사용하고 있는데, 그것은 ttl이라는 이름을 사용하여 메뉴를 구성하고 있으며 이 메뉴를 통해 ttl의 사용방법, 서비스, 이벤트 등을 제공함으로써(표1) 잡지보다는 더 적극적인 방법으로 홍보하고 있다는 것이다.



TTL 관련 메뉴

[표1] TTL 사이트 메뉴

그밖에 클럽, 마팅, 공부방 등을 제공하여 ttl과 관계없는 부수적인 서비스도 제공하고 있다. 이러한 많은 메뉴 중, ttl 인쇄잡지를 그대로 옮겨 놓은 하나의 메뉴가 속해 있으며 이 메뉴는 인쇄잡지에서의 사진, 일러스트를 이용한 비주얼 강조의 페이지가 아니라 텍스트 전달 위주의 페이지로 구성되어 있다. 이처럼 이 사이트는 다양한 메뉴의 구성으로 다양한 사람

들이 접속하고 있는데, 너무나 많은 메뉴의 선정으로 오히려 전체적으로 집중력이 떨어지고 방문객들의 응집력이 떨어진다는 단점도 가지고 있다.

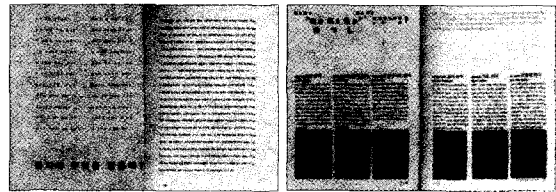
3.1.2 타이포그래피

① 티티엘 매거진

전체적으로 고딕체, 명조체를 주로 사용하고 변화의 요소로써 2-3개의 그래픽체를 사용하였다. 서체는 평이하고 한정적으로 사용하였지만 여백의 변화, 행간 및 자간의 변화, 그리드의 사용 등을 통해 가독성을 높이면서도 다양한 변화를 주었다.

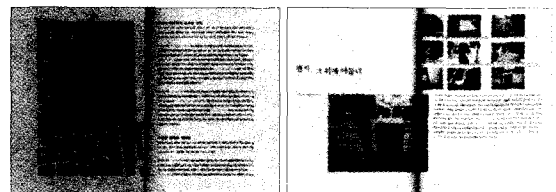
제목체 본문 서체에 비해 사이즈, 배열, 위치, 사용가능면적 등이 자유롭다. 서체 사이즈는 16pt~100pt까지의 넓은 범위에서 사용하고 있으며, 지면의 우측 하단(그림2)이나 좌측 상단(그림3)에 밀집해 있기도 하고, 지면 중앙에 한 페이지를 다 차지할 정도의 크기로 위치해 있기도 한다.(그림4) 또한 제목이기 때문에 세로 정렬이 가능(그림4)하며 때론 본문 위에, 때론 본문과 본문 사이에, 때론 본문 옆에 위치함으로써 다양한 변화를 시도하고 있다. 이러한 시도로 인해 몇 가지 되지 않는 서체의 사용에도 불구하고 결코 평이하지 않고 다양하게 표현되었음을 볼 수 있다.

본문체 본문은 거의 고딕체와 명조체만을 사용하였으며 사이즈도 7pt~12pt의 범위 내에서 사용하고 있다. 본문은 특히 가독성이 중요하므로 제목서체에 비해 그 사용이 한정되어 있다. 따라서 가독성을 해치지 않는 범위 내에서 여백의 활용, 행간 및 자간의 변화, 단락의 변화 등을 줌으로써 평이함을 극복하고 있다.



[그림2]행간 및 자간에 변화를 준 경우

[그림3] 단락을 나눈 경우



[그림4] 제목에 변화를 준 경우

[그림5] 심미성을 고려한 사진설명

② 티티엘 사이트

많은 내용을 담고 있는 있으나 주로 돋움체와 고딕체를 제목서체 및 본문서체로 사용함으로써 혼돈을 줄이고 체계적으로 잘 정리하였다. 그러나 매체의 특성상 인쇄잡지에서의 자유분방하고 실험적인 타이포그래피의 사용은 볼 수 없다.

상위메뉴 전체적으로 공통된 상위메뉴는 영문 Helvetica Bold로 되어 있으며 어느 페이지로 가나 고정된 위치, 고정된 컬러로 되어 있어 찾기가 쉽고 간단한 애니메이션의 구현으로 고정됨의 단순함으로부터 벗어나 있다.

본문체 웹상에서의 폰트 사용의 제한으로 거의 모든 본문체는 돋움 11.5pt를 사용하고 있다. 본문체는 가독성이 최우선이므로 사이즈의 변화나 위치의 변화가 없이 거의 동일한 사이

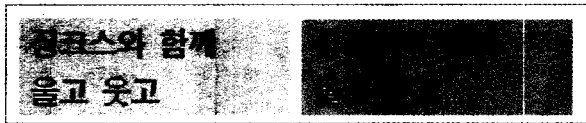
즈에 동일한 행간, 자간의 설정으로 전체적으로 통일감이 있다. 내용이나 페이지에 따라 행 길이가 길거나 짧은 정도의 변화 외에는 별다른 변화가 없다고 할 수 있다.

3.1.3 컬러

① 티티엘 매거진

면적 이 잡지에서 컬러를 사용함에 있어 가장 큰 특징은, 50여 페이지의 바탕색이 달마다 바뀐다는 것이다. 따라서 많은 면적에 컬러가 사용되었음을 볼 수 있다.

색 특성 바탕색으로는 형광빛이 나는 옐로우(yellow)나 그린(green) 계열의 색을 사용하였고 그 위에 올라가는 텍스트는 감산혼합의 색상환에서 볼 때 정보색 관계에 있는 색이나 대비의 정도가 높은 색을 사용하여 가독성을 높였다. (그림6)

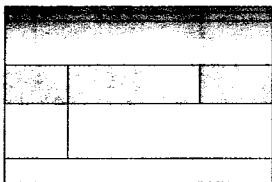


[그림6] #인쇄잡지의 바탕색과 텍스트색의 사용

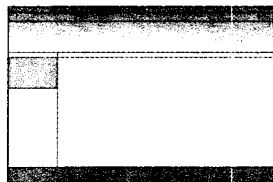
② 티티엘(ttl) 사이트

면적 티티엘 사이트는 거의 대부분의 다른 사이트와 마찬가지로 매체 특성상 특별히 넓은 면적에 일러스트나 컬러를 사용하지 않는다. 메인(Main)페이지(그림7)를 제외한 모든 페이지에 동일하게 들어가는 상단 메뉴바와 좌측상단에 들어가는 상서 메뉴 부분에 컬러가 사용되고 있다.(그림8) 많은 면적에 사용되고 있지는 않지만 중요한 부분에 사용됨으로써 사용성을 높이고 있음을 볼 수 있다.

색 특성 높은 채도와 높은 명도의 컬러를 사용함으로써 인터넷 사용자의 특성을 잘 나타내 주고 있으며 중요한 부분에 명도와 채도가 높은 색을 사용함으로써 강조의 효과를 나타내기도 한다.



[그림 7] Main-color 분할



[그림 8] Sub-color 분할

3.1.4 사진 · 일러스트

① 티티엘 매거진

사용 면적 텍스트 위주의 페이지에서는 사진이나 일러스트가 많은 면적을 차지하지는 않는다. 또한 주로 선 이미지의 일러스트가 사용되어 집중력이 크지 않다. 그러나 이미지 위주의 페이지에서는 전 면적을 사진이나 일러스트가 차지함으로써 전체적으로 보았을 때 매우 많은 사진과 일러스트가 사용되었음을 볼 수 있다.

효과 텍스트 위주의 페이지에서는 텍스트 컬러와 동일한 컬러와 블랙(black)의 2도 사진이나 일러스트가 주로 사용되었고, 이미지 위주의 페이지에서는 그 달의 주제에 관한 글이 들어간 연출 사진이 주를 이룬다.

② 티티엘 사이트

사용 면적 상위메뉴의 컬러가 들어간 부분에 메뉴마다 다른 일러스트가 사용되었고, Sub-1에서 하위메뉴 설명 부분에 변형된 서체의 제목과 일러스트의 사용으로 변화를 주었다. 메뉴의 특성에 따라 사진과 일러스트가 페이지의 1/3 이상을 차지하는 부분도 있지만 거의 모든 페이지가 부분적으로 이미지를 사용하고 있다.

효과 픽셀이미지를 사용함으로써 자사 이미지를 나타내는데 기여하고 있으며, 작고 간단한 애니메이션 처리로 흥미를 유발하고 있다.

3.1.5 기타

① 티티엘 매거진

이 잡지의 또다른 특징은 표지의 앞뒤 구분이 없다는 것이다. 한쪽에서 책장을 넘기면 텍스트 위주의 기사들이 87페이지를 채우고 있고, 다른 한쪽에서 넘기면 사진과 일러스트 위주의 이미지 기사들이 그 나머지를 채우고 있다. 다른 잡지와는 큰 차별을 둔 경우이며 인쇄물이기 때문에 가능한 일이기도 하다.

3.2 PAPER

이 잡지는 무료로 배포되는 스트리트매거진이었으나 1995년 창간 이후 1년 2개월만에 유료로 바뀌었다. 무료였을 때는 제작비용 전액을 광고비에 의존하기도 했으나 지금은 판매액과 광고비로 발행되고 있다.

3.2.1 내용

① 페이퍼(PAPER - 인쇄잡지)

페이퍼는 티티엘과는 달리 특정 대기업에서 만드는 것이 아니고 광고에 의존하는 무료 스트리트매거진으로 출발한 잡지이므로 들어가는 내용에도 차이가 있다.

이 잡지도 티티엘 매거진과 비슷하게 달마다 바뀌는 소주제가 있다. 그러나 페이퍼에서의 소주제는 티티엘에서처럼 전체의 80%를 차지하는 주 내용이 아니라 20%도 안되는 작은 부분에 지나지 않는다. 그래서인지 페이퍼는 그 밖의 다양한 내용들을 담고 있다. 특히 독자들을 위한 페이지가 13페이지로 다른 잡지보다 많은 편이다. 유료이기는 하나 광고 페이지가 많다.

②페이퍼(PAPER - 인터넷잡지) - www.papersdream.com

페이퍼는 유료 잡지이기 때문에 인터넷상에서는 인쇄물로 나온 페이퍼를 찾아 볼 수 없다. 대신 인쇄잡지에서는 볼 수 없었던 새로운 내용과 방식으로 인터넷 잡지를 운영하고 있다. 페이퍼의 큰 특징은 대부분 게시판 형식으로 되어 있어 시각적인 면보다는 내용적인 면에 더 큰 비중을 둔다는 점이다. 특정 마니아들과 페이퍼 스쿨 멤버들, 칼럼가 등이 많이 참여하고 있어 매우 활발하게 운영되고 있다.

또한 방문객들이 참여할 수 있는 릴레이 소설, 마니아, 이벤트 등의 코너를 통해 다른 웹진이나 인터넷 잡지와 차별을 두고 있다.

3.2.2 타이포그래피

① 페이퍼(인쇄잡지)

제목체 명조체가 주를 이루고 있으며 그래픽체나 변형서체는

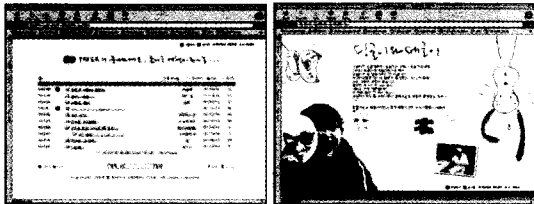
거의 사용하지 않고 있어서 통일감이 있고 가독성이 좋다. 그러나 전체적으로 봤을 때 본문뿐만이 아니라 제목에서조차도 변화가 없고 평이하서 제목에라도 변화를 주었다라면 좋지 않았을까 라는 아쉬움이 든다.

본문체 본문체 또한 명조체로 이루어져 있으며 크기가 행간, 자간의 변화는 거의 찾아볼 수 없다. 가독성이 있고 통일성이 있다는 것은 장점이나 너무 변화가 없어 단조롭고 여백의 부족으로 답답하다는 단점도 있다.

② 페이퍼(인터넷 잡지)

상위메뉴 영문으로 된 메뉴는 메인(Main)을 제외하고 모두 상단 또는 중간에 위치해 있으며 Arial Bold체로 되어있다. 그러나 너무 작은 크기와 색대비가 잘 이루어지지 않아 주목성이 떨어져 사용하기가 불편하다.

본문체 대부분 게시판 형식으로 되어 있어서(그림9) 특별히 감각적이거나 실험적인 타이포그래피는 찾아볼 수 없다. 그러나 각 페이지의 제목을 페이퍼 특유의 서체로 표현함으로써(그림10) 자칫 딱딱해 보일 수 있는 게시판이나 기타 페이지를 페이퍼만의 분위기가 날 수 있도록 통일감을 주었다.



[그림9] 페이퍼 게시판



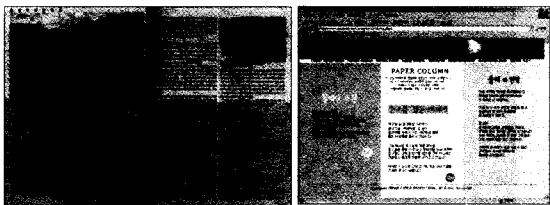
[그림10] 서브 안내 페이지

3.2.3 컬러

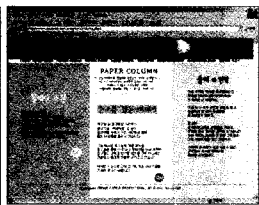
① 페이퍼(인쇄잡지)

면적 하얀 면적이 거의 없을 정도로 거의 모든 페이지에 컬러를 사용하였다. 바탕색을 사용하는 곳뿐만이 아니라 제목이 들어가거나 중요한 부분이나, 또는 아무런 의미 없이 면적을 분할하여 다른 컬러를 사용하기도 하는 등 대체적으로 많은 컬러를 사용하였다.(그림11)

색 특성 바탕색만으로도 10가지가 넘는 컬러를 사용하였으나 백상지 인쇄의 바탕색이기 때문에 튀거나 형광색으로 보이지는 않는다. 바탕색으로 명도와 채도가 낮은 밝은 색조를 사용하였고 그밖에 명도와 채도가 좀 더 높은 밝은 색조를 강조색으로 사용하였다.



[그림11] 두가지 바탕색을 사용한 경우



[그림 12]중간단계의 페이지

② 페이퍼(인터넷 잡지)

면적 메인 페이지나 하위 페이지로 넘어가기 전 단계의 페이지에서 비교적 컬러가 많이 사용되었지만(그림12) 그 외 페이지에서는 거의 사용되지 않음을 볼 수 있다. 특히 인쇄잡지에

서는 10개가 넘는 바탕색을 사용하였음에도 불구하고 인터넷상에서는 가독성의 문제와, 형식상·기술상의 문제로 인해 하얀 바탕을 선호하는 경향이 있어 컬러 사용이 부족한 면이 있다.

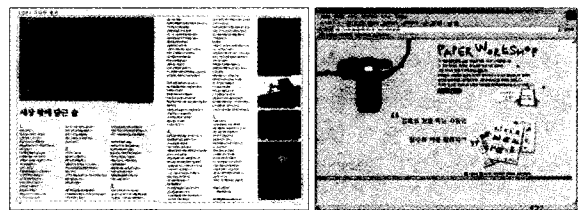
색 특성 인쇄물보다는 더 채도가 높은 컬러를 주로 사용하여 가독성에 영향을 주지 않도록 하였다. 전체적으로 3~4가지 종류의 컬러밖에 사용하지 않아 다양하지는 않지만 통일감 있다.

3.2.4 사진·일러스트

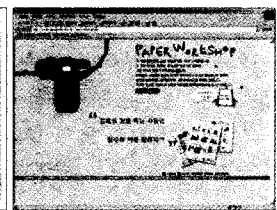
① 페이퍼(인쇄잡지)

사용 면적 페이퍼는 전체의 절반 정도를 사진과 일러스트로 채웠다 해도 과언이 아닐 정도로 매우 많은 이미지를 사용하고 있다.(그림13) 전체적으로 텍스트도 많고 사진도 많아서 여백의 미를 살리기보다는 볼거리를 많이 제공하는 편이다.

효과 사용된 사진으로는 독자들의 참여에 의한 사진, 풍경사진 등 비교적 평이하고 사실적인 사진이 대부분이다.



[그림 13] 페이퍼 인쇄잡지



[그림14]페이퍼 사이트(중간페이지)

② 페이퍼(인터넷 잡지)

사용 면적 페이퍼는 대부분이 게시판으로 이루어져 있어서, 특별한 방법으로 이미지를 사용하고 있다. 그것은 메뉴를 클릭 했을 때 바로 게시판으로 넘어가는 경우도 있으나 그 전에 이미지 페이지(그림14)가 존재하는 경우를 이용하는 것이다. 이럴 경우 전 페이지가 컬러와 이미지로 사용되며 이는 다른 사이트와의 차별화라고 할 수 있다.

효과 (그림14)와 같이 중간 페이지를 통해 비교적 실험적인 사진과 시각적인 표현들이 이루어지는데 주로 실사를 사용하면서도 실사를 그대로 사용하지 않고 필요한 이미지만 따서 사용하거나 배열을 새롭게 함으로써 변화를 주고 있다.

3.3 스폰지 - www.sponge.co.kr

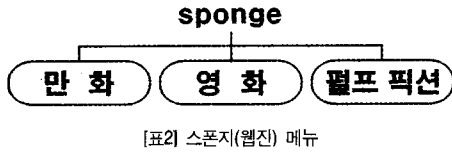
(mana sponge-만화-를 중심으로)

스폰지는 97년이라는 비교적 빠른 시기에 창간된 웹진으로써 영화, 만화, 펄프 픽션 등 문화에 대한 정보를 제공하는 문화웹진이다. 온라인 서비스 회사인 테이콤 인터파크에서 발행하고 있다.

3.3.1 내용

스폰지는 티티엘 사이트처럼 광범위한 내용을 담고 있는 것이 아니라 어떤 특정한 내용을 가지고 특정한 대상을 타겟으로 삼아 만들어진 문화웹진이다. 메뉴를 살펴보면 크게 세 가지로 나눌 수 있는데, 만화를 좋아하는 사람들을 위한 'mana sponge', 영화를 좋아하는 사람들을 위한 'cine sponge', 야하거나 섬뜩한 소설이나 주제를 좋아하는 사람들을 위한 'pulp sponge'로 나뉜다.(표2) 'mana'의 경우 '이주의 만화'라고 하여 신간 만화를 찾아 미리 볼 수 있고 국내·국의 만화소식

이라든지 만화가와의 인터뷰, 만화가 찾기, 만화제목으로 만화 검색하기 등 만화에 관한 많은 소식과 자료를 접할 수 있는 만화 매니아들의 공간이 되는 것이다. 또한 전문가들에 의한 만화비평이라든지, 글이 아닌 직접 그림으로 볼 수 있는 만화를 올려놓아 전문성도 갖추고 있어 찾는 이로 하여금 믿음을 주기도 한다. 그밖에 영화나 펄프 스폰지에서 뉴스, 인터뷰, 평론 등 주제에 맞는 다양한 내용들로 가득 차 있다.

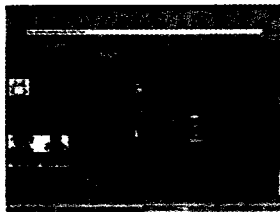


3.3.2 타이포그래피

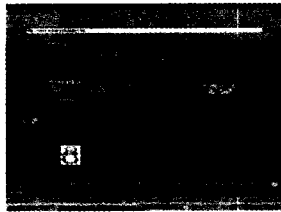
상위메뉴 같은 메뉴가 항상 같은 자리에 위치해 있다. 그러나 다른 사이트와는 달리 상단에 위치해 있기는 하지만 메뉴 하나 하나의 Y좌표가 다르고 간단한 애니메이션의 구현으로 영문과 한글을 동시에 보여줌으로써 흥미성을 유발한다.

제목 각 메뉴마다 제목서체는 다르다. 또한 제목의 위치 변화와 페이지마다의 단의 변화로 제목을 인식하기가 힘들고 사용하기에도 불편하다.(그림15)

본문 로고나 타이틀을 제외하고는 대부분 이미지 서체가 아닌 텍스트 서체를 사용하였음을 볼 수 있다. 본문이 들어가는 범위는 정해져 있으나 그 범위 안에서의 변화(위치 변화, 단의 변화 등)가 심하여 가독성과 사용성이 떨어진다. 그러나 웹사이트에서 같은 조건에서도 이러한 표현이 가능하다는 것을 알 수 있는 좋은 예이기도 하다. (그림16)



[그림15] 제목 인식이 어려운 페이지



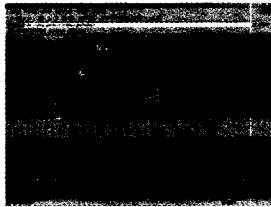
[그림16] 3단의 본문

3.3.3 컬러

사용 면적 상단과 하단에 고정된 컬러가 위치하고 중간에 다양한 변화가 일어난다. 전체적으로 보았을 때 하얀 바탕을 찾아볼 수 없을 만큼 다양한 컬러로 모든 화면을 채우고 있어 지루함을 주지는 않지만 사용자가 사이트의 구조를 잘 파악하지 못하고 네비게이션이 잘 이뤄지지 못할 위험이 있다.(그림17)



[그림 17]



[그림 18]

색 특성 스폰지는 3개의 주제에 따라 컬러 사용이 조금씩 다르다. 만화의 경우 마젠타(magenta) 계열의 컬러를 중심색으로 사용하여 상단에 위치한 메뉴에 대한 시각적 인지도를 높이고

있다. 메뉴에 따라 중간에는 중심색보다 채도가 떨어지는 컬러를 사용하거나(그림17) 중심색과 동일한 채도의 컬러를 사용하여 메뉴와 내용의 구분이 가지 않는 페이지도 있다.(그림18)

3.3.4 사진·일러스트

스폰지의 3가지 메뉴에서의 공통적인 특징은 독특한 캐릭터 애니메이션이 사용된다는 점이다. 각 메뉴마다 주제와 어울리는 캐릭터 애니메이션(그림17)이 그 페이지의 특징을 잘 살려주고 있다. 전체적으로 사진보다는 캐릭터나 일러스트의 사용이 많고, 다양한 컬러 사용으로 인해 사진이나 일러스트가 더 많이 사용되는 것처럼 보인다.

3.4 비교분석 결과

지금까지 티티엘 매거진과 페이퍼를 내용, 타이포그래피, 컬러, 사진·일러스트, 기타 등으로 나누어 분석해 보았는데 이러한 인쇄잡지와 인터넷 잡지 및 웹진이 어떠한 특성을 가지고 있는지 표로 정리해 보았다.

3.4.1 콘텐츠 구성

전체적으로 보았을 때 인쇄물의 경우 검열이 상존하고 발행인 및 발행사의 특성, 광고주의 특성 등 제약이 많기 때문에 사회 질서나 기존 윤리에 크게 반하는 내용을 다루었을 경우 그대로 출판되기가 어렵다. 또한 현실공간에서 유통되기 때문에 현실적인 이야기를 담지 않거나 이에 반하는 내용을 실었을 경우 외면당하는 경우가 생길 수 있다.9) 실험적 잡지들이 기존의 잡지들보다 파격적인 내용을 많이 다루기는 하나 이러한 점에서는 인터넷잡지나 웹진에 비해 많은 제약을 받음을 알 수 있다.

- '소주계' 존재함
 - 생활정보 및 사용자에게 필요한 일반정보 제공
 - 페이지수에 한계가 있다(매달 페이지수 같음)
-
- 인쇄물의 내용을 포함시키는 것도 있고 포함시키지 않은 것도 있다. (포함시키는 것을 그리 중요하게 생각하지 않는다)
 - 종이화나 팝업 형식의 게시판 운영이 활발하다.
 - 너무나 많은 메뉴의 구성은 응집력을 떨어뜨린다.
 - 메뉴가 전문화되어가고 있다.
 - 내용의 분량에 대한 한계가 거의 없다.
 - 생활상의 의사소통이 가능하다.

[표3] 콘텐츠 구성

3.4.2 시각적인 면

① 타이포그래피

매체의 특성상 인쇄물에서의 실험적이고 파격적이며 자유로운 타이포그래피의 사용이 웹사이트에서는 제대로 이루어지지 못하고 있다는 것이 가장 큰 문제이다. 따라서 웹사이트에서의 장점을 살리는 방법을 찾는 것이 중요하다.

9) 김인숙, 디지털 혁명과 전자잡지, 이진 출판사, 2000,

인쇄잡지

- 제목에 대해 다양한 변화가 가능하다 (사이즈, 위치, 컬러 등)
- 가독성이 뛰어나다.

웹사이트

- 제목이나 본문에 다양한 변화를 시도하기 어렵다
- 가독성이 떨어진다.

[표4] 타이포그래피

② 컬러

컬러 사용 또한 매체상의 특징으로 인해 인쇄매체만큼의 컬러사용 면적이 웹사이트에서는 사용되지 않고 있다. 그러나 스폰지와 같은 웹진을 통해 좀더 과감한 컬러 사용이 시도될 수 있다.

인쇄잡지

- 다양한 컬러가 사용된다.
- 지면 전체나 타이포그래피, 이미지 등 여러 부분의 컬러 변화를 시도할 수 있다.
- 넓은 면적에 컬러를 사용할 수 있다.
- 대체로 채도가 높은 컬러를 사용하였다.

웹사이트

- 부분적으로 사용한다. (주로 메뉴가 들어가는 상단이나 좌측에 사용되어 영역을 나타내어 주는 역할을 한다.)
- 채도 높은 컬러를 사용한다.

[표5] 컬러

③ 사진·일러스트

하나의 내용으로 인식되고 있는 인쇄물에서의 이미지 사용과는 달리 웹사이트에서는 이러한 사진·일러스트의 사용이 활발하지 못하고 있다. 그러나 애니메이션 사용이나, 디지털 이미지 등을 사용해 매체의 특성을 살리는 것도 필요할 것이다.

인쇄잡지

- 하나의 내용으로 인식 (다양한 이미지 사용, 넓은 면적 차지)
- 위치, 사이즈, 비례 등의 변화가 자유로움
- 실사, 일러스트 등을 사용한 다양한 효과 사용

웹사이트

- 부분적 요소로 사용
- 거의 고정된 위치에 존재함
- 애니메이션 적용 가능

[표6] 사진·일러스트

3.4.3 기타

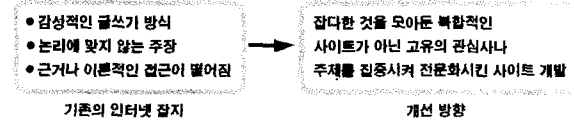
실험적인 잡지의 자유로운 판형 사용에 비해 인터넷 잡지에서는 거의 대부분 동일한 크기의 창을 사용하고 있는데 필요할 경우 크기가 다른 세창을 띄워 정보전달에 더 용이한 감각적인 사이트를 만드는 방법을 구상해 보는 것도 좋을 것이다.

4. 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환 방법과 표현방법

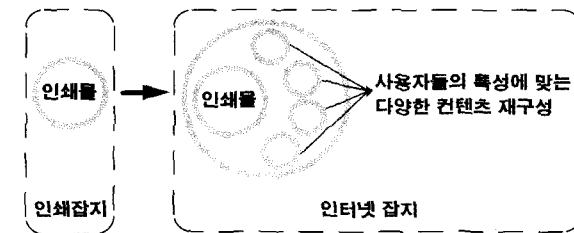
지금까지 티티엘과 페이퍼의 인쇄 잡지와 인터넷 잡지를 비교·분석해 보았는데 앞으로 다른 많은 잡지들이 인터넷 잡지로의 전환 시 고려해야 할 사항들에는 어떤 것들이 있는지 내용, 타이포그래피, 사진·일러스트, 컬러, 기타 사항들로 나누어 살펴보고자 한다.

4.1 내용

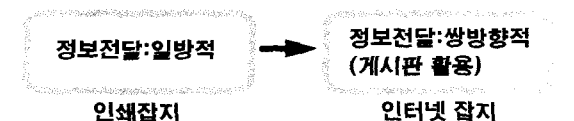
인터넷 잡지의 경우 감성적인 문체를 사용하기 때문에 근거나 이론적인 접근이 떨어지고 인쇄잡지에 비해 상대적으로 깊이가 깊지 않은 경향이 있는데 이를 좀 더 전문화시키는 과정이 필요할 것이다. 수많은 웹진이나 사이트 사이에서 살아남기 위해서는 잡다한 것을 다 모아둔 복합적인 사이트가 아니라 고유의 관심사나 주제를 집중시켜 전문화시킨다거나 지식, 정보를 공개화 시킨 독창적인 인터넷 잡지의 개발이 필요할 것이다.



또한 인쇄잡지의 내용을 그대로 인터넷 잡지로 올리는 것보다는 사용자들의 욕구가 무엇이며 사용자들의 특성은 무엇인지를 고려하여 다양한 콘텐츠를 구성하는 것이 좋을 것이다. 그러나 너무 많은 메뉴의 구성으로 사용성을 떨어뜨리기보다는 사용자들의 특성에 맞는 좀더 전문적인 내용을 중심으로 6~8개의 메뉴를 구성해 보는 것이 좋을 것이다.



인쇄잡지는 정보 전달에 있어서 일방향적인 성향을 띤다. 대부분은 편집진의 일방적인 편집방향에 의해 콘텐츠가 완성된다고 볼 수 있다.¹⁰⁾ 그러나 인터넷 잡지는 빠른 출판 속도와 용이한 커뮤니케이션으로 인해 필자와 구독자간에 상호 자유로운 반응이 즉각적으로 이루어진다는 장점이 있는데 이 점을 적극 활용해야 할 것이다. 특히 상호작용이 잘 이루어지는 게시판의 활용이 중요한데, 오히려 사용목적이 모호하고 불필요한 게시판의 사용으로 사용자들로 하여금 혼돈을 가져오는 경우가 있는데 이는 사용목적을 분명히 하여 꼭 필요한 만큼의 수만 만드는 것도 중요할 것이다.

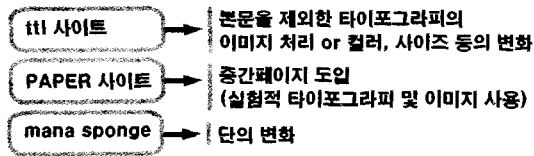


4.2 타이포그래피

인터넷 잡지에서의 타이포그래피의 가장 큰 문제점은 가독성이 떨어진다는 것이다. 그러나 본문의 변화는 매체 특성상 어려우므로 본문을 제외한 다른 부분에서의 변화가 필요하다.

10) 김인숙, 디지털 혁명과 전자잡지, 이진 출판사, 2000, p121

다음은 분석 사례에서 사용한 방법들이다.



웹사이트에서 사용된 실험적인 타이포그래피의 예

다운받지 않아도 되는 분량의 텍스트나 제목에 대해 이미지 처리를 하거나, 자주 업그레이드시키지 않아도 되는 중간페이지를 도입하여 실험적으로 표현하거나, 단의 변화를 통해 새로운 시도를 하는 등의 방법들이 있다.

또한 단순히 문자 위주로 정보를 전달하는 방식에서 벗어나 음성과 동영상을 함께 제공하는¹¹⁾ 보고 듣는 식의 표현이 불가결하게 되었다. 제작이나 용량 등 여러 가지 문제가 있어서 아직 실행하지 못하는 부분이 많지만 전체가 아닌 부분적으로나마 멀티미디어적인 요소들을 하나씩 늘려가는 것이 실험적 발상을 위한 시초가 될 것이다.

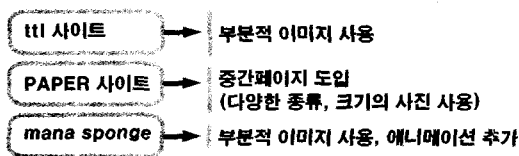
4.3 컬러

컬러의 사용은 사이트의 성격을 나타내주는 중요한 요소라고 할 수 있다. 그러므로 그 사이트의 특성을 잘 나타내주는 중심컬러를 선정하여 그 중심컬러와 색 특성이 맞는 컬러를 사용하여 메뉴의 인지를 높이는 것이 필요하다. 이때 인쇄잡지에서 사용한 컬러를 이용하는 것도 좋을 것이다. 그러나 인쇄잡지에 서처럼 다양한 컬러를 사용하여 컬러사용면적을 넓힐 경우(스폰지처럼) 중심컬러와 대치되지 않도록 채도가 떨어지거나 강하지 않은 컬러를 사용함으로써 사용자에게 혼돈을 주지 않아야 할 것이다. 무엇보다 많은 컬러 사용시 가독성을 떨어뜨리지 않기 위해서는 텍스트 컬러로 바탕색과 색 대비의 정도가 높은 컬러를 사용하여야 할 것이다.

4.4 사진·일러스트

사진이나 일러스트를 디자인적 요소로써 사용하기 위해서는 텍스트만을 사용할 때보다 훨씬 번거롭고 제작에도 어려움이 따른다. 그러나 스폰지나 페이퍼의 경우처럼 부분적인 요소로써의 사용은 가능하다. 텍스트를 이미지로 사용하는 경우처럼 자주 변하지 않아도 되는 부분에 사진이나 일러스트, 텍스트와의 조화가 잘 이루어진 이미지를 사용하여 페이지를 디자인한다면 전체적으로 평이하게 디자인된 다른 페이지에 변화를 줄 수 있는 중요한 요소로써 작용할 수 있을 것이다.

또한 정지된 사진·일러스트의 사용도 중요하지만 애니메이션이 가미된 일러스트나 동영상의 사용은 인터넷 잡지에서만이 볼 수 있는 특별한 경우로써 앞으로 발전시켜 나아가는 것도



웹사이트에서의 사진 및 일러스트의 사용 방법

11) 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션북스, 1999, p59

중요할 것이다. 스폰지의 경우처럼 페이지에 들어가는 캐릭터들의 간단한 애니메이션은 사용자들에게 정지 화면에서 느낄 수 없었던 재미를 부여하게 될 것이다.

4.5 기타

실험적인 잡지의 자유로운 판형 사용에 비해 인터넷 잡지에서는 거의 대부분 동일한 크기의 창을 사용하고 있는데 필요할 경우 크기가 다른 새창을 띄워 정보전달에 더 용이한 감각적인 사이트를 만드는 방법을 구상해 보는 것도 좋을 듯 하다.

5. 결론

지금까지 몇 가지 실험적 잡지와 인터넷 잡지 및 웹진을 분석하여 각각의 장·단점을 알아보고, 실험적 잡지의 인터넷 잡지로의 전환 시 고려해야 할 점을 콘텐츠 구성과 시각적인 표현방법으로 나누어 살펴보았다. 그 결과 다음과 같은 방법을 제시하고자 한다.

내용면에서 보았을 때, 사용자를 고려한 다양하면서도 전문성을 강조한 독창적인 콘텐츠의 개발이 필요하며 인터넷 잡지의 특성인 관리자와 사용자와의 쌍방향성을 이용한 게시판의 적극적인 활용이 필요할 것이다.

인터넷 잡지의 단점인 가독성을 최대한 높일 수 있는 범위 안에서 실험적인 타이포그래피의 사용을 위해 텍스트를 이미지로 사용할 수 있는 부분-중간 페이지, 제목부분, 메뉴 등을 최대한 활용하도록 한다.

컬러 계획에 있어서는 인쇄잡지에서의 다양하고 과격적인 컬러 사용이 인터넷 잡지에서도 이루어질 수 있도록 메인 컬러의 설정과 메인 컬러와의 적절한 관계·예가독성을 고려한 텍스트와 바탕색의 관계에 있는 서브컬러를 설정하여 사용하는 것이 필요할 것이다.

일러스트와 사진의 사용에 있어서도 인터넷 잡지에서의 레이아웃의 문제점을 보완하기 위해 부분적인 요소로써의 이미지 사용과 중간 페이지의 도입, 간단한 애니메이션 등을 구현하도록 한다. 또한 멀티미디어적인 장점을 살려 '읽기' 중심이 아니라 '보고 듣기' 식의 표현 방법에 대해서도 발전시켜 나아가야 할 것이다.

무엇보다 인쇄잡지인 실험적 잡지를 인터넷 잡지로 전환할 시 가장 좋은 방법은 인쇄잡지에서 하지 못했거나 소홀히 다뤘던 부분에 인터넷 잡지가 전문성과 열의를 보이면서 인쇄잡지와 균형을 이루는 것일 것이다. 앞으로 인터넷 잡지는 이러한 요소들을 살려 보다 역동적이고 흥미 있는 사이트로의 발전을 위해 많은 노력을 기울여야 할 것이다.

참고문헌

- 고정기, 잡지편집의 이론과 실제, 보성사, 1991
- 김옥철, 디자인 사진, (주)안그래픽스
- 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션북스, 1999
- 강정규, 뉴미디어 시대의 출판·잡지의 언론적 기능과 특성 연구, 한남대학교 통신문 출판물 활용실태에 대한 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 1995
- 오정화, 정성환, 홍찬석, 스트리트매거진의 성격을 규명하는 타이포그래피의 역할, 한국디자인학회 논문, 2001
- 이치화, 전자잡지의 활용에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문, 1998
- 한국잡지협회, 21세기 한국잡지산업의 발전 전략에 대한 연구
- 황민성, '피쳐통신 출판물 활용실태에 대한 연구, 중앙대학교 석사학위논문
- 김선주, 월간<디자인> 2001년 3월호 <web+digital>
- 이지현, 월간<디자인> 2001년 11월호 <web+digital>