

웹의 스타일과 의미전달의 기호론적 해석

A Semiotic Analysis of Style and Attribute for the Web

오병근

아주대학교 미디어학부

Oh, Byung-Keun

Dept. of Media, Ajou Univ.

• Key words: semiotics, web communication, style, content

1. 목적 및 방법

'형태(Form)는 기능(Function)을 따른다.'라는 디자인 명제의 적용과 더불어 웹 디자인의 중요 요소가 내용(Content)이다. 내용은 송신자에 의해 형태(Form)로 포장되어 수신자에게 의미(Meaning)를 전달함으로써 커뮤니케이션 체계가 완성된다. 웹의 형태와 내용의 의미전달 과정을 기호학적으로 해석해 봄으로써 웹 커뮤니케이션의 체계를 정립해 본다.

퍼스(Charles S. Peirce)의 3항 구조 기호작용 개념을 웹 커뮤니케이션에 대입할 수 있다. 웹의 목적, 혹은 포괄적 <기능(Functionality)>은 '기호 자체'가 된다. 기호의 '지칭대상'은 <형태>라고 볼 수 있으며, 형태란 웹에서 발화되는 스타일(Style)로 정의될 수 있다. 해석체는 <내용>에 의한 의미전달의 역할로 해석될 수 있다.

웹의 기능을 실현하기 위해서는 형태 혹은 스타일에 의해 구체화해야 한다. 또한 스타일에 의해 의미 발생을 가능케 하는 넓은 범위의 내용이 있으며, 그 내용에 의해 의미작용이 이루어진다. 의미작용의 내용은 다시 기능을 실현시키는 무한정한 커뮤니케이션 작용의 연속이다. 이는 웹 제작에 있어서 '형태는 기능(성)을 따르고, 기능은 내용을 따른다.'라는 가설을 세울 수 있다. 이 가설은 웹 커뮤니케이션 체계에서 기능과 형태요소와 내용요소의 관계에 대한 기호론적 해석을 통해 웹 스타일과 의미전달 체계를 파악함으로써 증명될 수 있다.

2. 퍼스(Peirce)의 기호개념

퍼스의 기호과정 중 1항에 해당하는 기호자체는 커뮤니케이션 과정에서 의미전달의 실체이거나 혹은, 어떤 측면이나 능력이다. 웹 커뮤니케이션도 웹이라는 채널을 통한 의미전달이 웹의 목적, 혹은 웹의 기능이라고 할 수 있다.

2항에 해당하는 기호대상은 기호생성을 위해 기호가 적용되는 대상을 말하는 것으로 퍼스는 이것을 다시 유상(icon), 지표(index), 상징(symbol)로 나누었다. 유상이란 기호가 갖는 물리적 속성과 지칭대상이 갖는 물리적 속성 사이에 유사점이 존재하는 것이다. 지표란 원인과 결과의 관계이며, 상징은 기호와 그것이 지칭하는 대상의 관계가 공유되는 관습이나 규칙이 만들어질 때를 가리킨다. 웹에서는 이러한 기호 대상이 형태(form)라는 개념으로 나타나며, 이 형태는 스타일(style)로도 정의될 수 있다.

3항의 해석체는 웹에서 커뮤니케이션 즉, 의미전달을 위한 일종의 내용(content)으로, 의미(meaning)의 생산 및 전달을 뜻하는 것이다. 내용에 의한 의미전달은 해석체에 의하여 중개되어 사용자가 기억할 수 있는 것으로 웹에서 의미를 발현하는

내용과 관련된 모든 것이 해당된다. 내용은 표징소, 사실소, 주장의 기호개념으로 구성되며, 이미지의 도상(Iconography)과 메타포(Metaphor) 등으로도 설명될 수 있다. 따라서 웹의 내용은 텍스트와 이미지, 멀티미디어 등에 의한 의미 생산이나 부가이다.

3. 웹 커뮤니케이션의 구조

3-1. 웹의 기능(Functionality)

전통적 매체와는 달리 웹의 특성인 상호작용성의 대화성과, 네트워크 연결을 통한 소통성을 바탕으로 사용자와의 일대일 커뮤니케이션을 추구한다. 그리고 하이퍼텍스트를 통한 확장성의 특성을 가지고 있다. 이를 위해 웹의 목적, 혹은 기능에 따라 내용(content)과 형태(form)가 결정된다. 따라서 일반적인 웹의 기능은 내용과 형태의 계열체들을 구조화하여 기술적 요소와 결합한 커뮤니케이션의 통합체라고 할 수 있다. 계열체란 형태와 내용들이 선택되는 단위들의 집합이며, 통합체란 선택된 계열체들의 배합된 연속체이자 의미를 구성하고 발현하는 웹의 기능이라고 할 수 있다. 따라서 기능의 통합체는 형태와 내용으로부터 새로운 단위를 연속적으로 선택하지 않는 한 만들어질 수 없다는 측면에서 웹의 형태와 내용의 관계와 기능의 관계는 아주 밀접하게 연관된다.

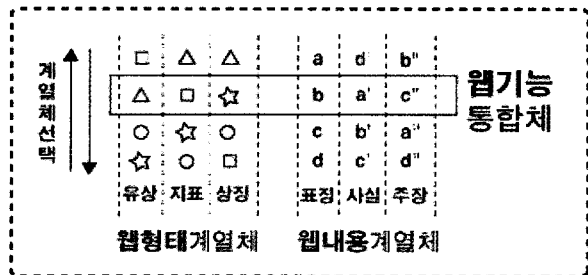


그림1) 웹의 계열체와 통합체 구조

3-2. 웹의 형태(Form)

퍼스의 기호현상 이론 중 2항은 기호가 그것이 지칭하는 대상과 갖는 관계 양상에 따라서 유상과 지표, 상징의 기호로 구성된다. 유상과 지표, 상징 요소는 시각적 기호의 개념으로 웹에서 형태 즉, 시각적 스타일에 영향을 주는 대부분의 요소들이 해당된다.

유상기호는 시각적 유사성에 의한 기호이다. 표현대상이 단순히 그 대상과 갖는 속성과 닮았을 따름으로 사람의 마음에 그 것과 비슷한 감각을 불러일으키는 것이다. 아이콘, 도표와 같이 직접적으로 그 대상을 인식할 수 있는 것이 유상이다.

웹 인터페이스를 구성하는 유상 요소들은 사용자에게 직관적 인식을 통해 의미에 대한 직접적 예측을 가능케 한다. 여러 유형의 정보내용을 표현하는 유상적 이미지들에 의해 의미작용이 일어난다.

지표는 기호와 지칭대상간의 원인-결과와 인과관계가 형성되는 것이다. 공간적 인접성이나 지칭대상의 일부로도 지표가 된다. 네비게이션과 메뉴를 위한 버튼 이미지나, 그것의 애니메이션은 바로 표지판과 같은 역할을 한다. 그것은 유상적 요소들로 인과관계를 형성하는 지표적 기호라고 할 수 있다.

상징은 상징 사용자의 인식체계에 이미 들어있는 요소로 인해 그것의 대상이나 의미가 연결되는 것이다. 따라서 일정 기간 동안 학습에 의해 상징기호가 형성되며, 규칙과 습관에 의해 사용되는 것이다. 웹의 색채요소는 사이트의 전반적 스타일을 형성하여 그 성격을 규정짓게 하는 상징적 요소이다. 웹 아이덴티티를 나타내는 시각요소도 반복 노출에 의한 학습효과로써 강한 상징성을 가지고 있다. 로고이미지나 캐릭터, 아바타와 같은 시각요소들이 아이덴티티로 표현되는 상징이다.

웹의 커뮤니케이션을 위해 고안된 지표들의 많은 것들은 유상적 측면과 지표적 측면 등을 함께 가지고 있다. 웹의 스타일은 바로 유상과 지표, 상징의 시각적 요소의 융합에 의해 결정되며, 이들이 서로 연관을 가지면서 웹의 형태가 형성되는 것이다.

3-3. 웹의 내용(Content)

퍼스의 기호작용 3항의 해석체는 표징소, 사실소, 주장의 개념으로 구성되며, 의미생산을 가능하게 하는 것으로 웹의 내용이 이에 해당한다.

표징(表徵)이란 어떤 것과 다른 것을 드러내 보이는 두드러지는 것을 뜻한다. 즉 내용의 의미 작용은 내용이 담고 있는 다른 것과 구별될 수 있는 것으로부터 이해되고 해석될 수 있는 가능성으로 볼 수 있다. 웹의 언어 혹은 텍스트로 표시되는 내용도 언어체(langue)라는 규칙, 혹은 집단적 규약에 따라 언어적 의미소통을 하는 체계이다.

내용을 통한 의미전달에서 어떤 것과 관련하여 그것을 대신하는 상황의 사실(事實)적 존재를 설명하는 것으로 이해 또는 해석되는 것을 '사실소'라고 한다. 웹의 내용과 관련하여 사실적 근거가 분명한 정보 같은 것이 해당한다.

기호가 그것이 대신하는 어떤 것의 진실을 주장하는 것으로 이해 또는 해석될 때 주장으로 불린다. 법칙의 기호(sign of law)이자, 이성의 기호(sign of reason)이다. 웹의 슬로건과 홍보, 기사 내용 등이 해당된다고 볼 수 있다.

웹에서 표현되는 이미지도 의미해석을 위한 도상(iconography) 개념과 의미전달을 위한 논리적 구조의 메타포(metaphor) 개념으로 해석될 수 있다. 이것도 의미의 전달요소로써 내용에 포함된다고 할 수 있다.

4. 웹 커뮤니케이션의 기호론적 모델구조

퍼스의 3항구조에서 해석체는 지시대상에 의해 구체화될 때 발생할 수 있는 것이며, 다시 지시대상은 기호자체에 의하여 구체화할 때 발생하는 것이다. 그러나 해석체가 기호대상으로 환원될 수 없는 것이며, 기호대상이 기호자체로 환원될 수 없다. 이를 다시 웹 커뮤니케이션 구조에 적용해 보면, 웹의 내

용은 웹의 형태나 형식에 의해 구체화되는 것이고 웹의 형태는 웹의 고유 기능에 의해 구체화되는 것이다. 따라서 아래의 그림과 같이 웹 커뮤니케이션의 기호론적 해석모델이 가능하다.

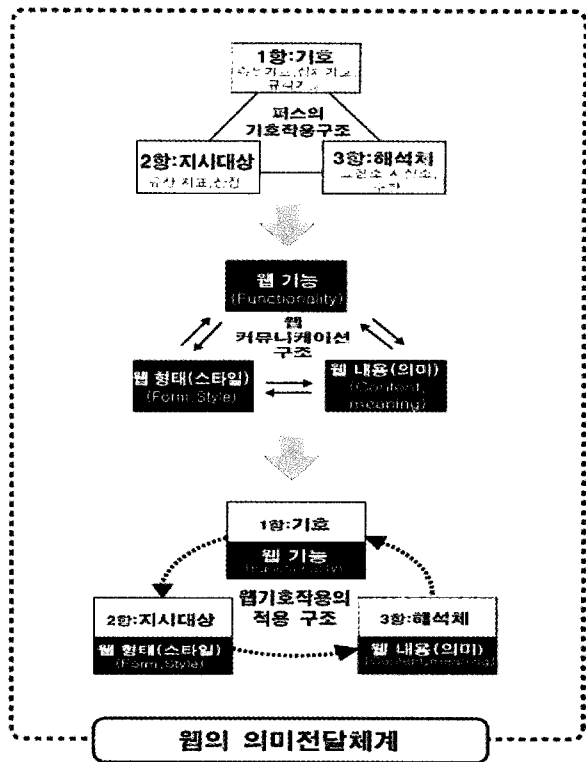


그림2) 웹커뮤니케이션의 기호론적 모델

5. 결론

퍼스의 커뮤니케이션에서 일어나는 기호작용 이론을 웹 커뮤니케이션 체계에 적용하여 웹의 내용과 형태, 그리고 기능의 유기적인 관계 모델을 정립하였다. 앞서 기술한 바와 같이 전통적 디자인 명제인 '형태는 기능을 따른다.'라는 개념의 적용과 확장이 가능하다. 기능은 유용성의 목표를 의미하는 것이며 인간에게 유용함을 제공하는 목표와 마음을 끌 수 있는 것이다. 웹의 기능은 커뮤니케이션체계의 의미전달로서 나타낼 수 있다. 위에서 논술했듯이 웹의 의미전달은 내용이기 때문에 '의미=내용'이라고 보면 '형태는 기능에 따른다, 기능은 내용을 따른다.'라는 논리가 성립될 수 있다. 즉, '형태는 기능을 따르고 기능은 내용을 따른다.'라는 가설이 가능하다. 따라서 웹의 디자인에서,

1. 내용(content)은 먼저 웹의 목적, 혹은 기능성을 정의함으로써 정립되고,
2. 웹의 형태(Form)는 내용을 정의함으로써 정립되므로, 웹의 목적, 기능이 정의됨에 따라 내용을 정립할 수 있고, 내용이 정의됨에 따라 형태가 정립된다는 프로세스가 성립된다.

참고문헌

박정순, 대중매체의 기호학, 나남출판, 1997
 김경민외, The Web, 이디자인, 2002
 현대디자인의 이해, 미진사. 정시화, 1993