

웹 장르의 커뮤니케이션 체계 연구

A study on the communication system of web genre

오병근(Byungkeun Oh)

아주대학교 미디어학부

1. 서론

- 1-1. 연구배경과 목적
- 1-2. 연구방법

2. 웹 장르개념 적용

- 2-1. 장르의 개념과 요소
- 2-2. 웹에서의 장르의미
- 2-3. 웹 장르의 내용과 형태 측면
- 2-4. 웹 유형의 분류
- 2-5. 웹 장르의 융합과 진화

3. 웹 장르의 기호작용

- 3-1. 피스의 3항구조 기호론 적용
- 3-2. 통합체로서 웹의 기능 = 기호
- 3-3. 웹의 내용 = 기호해석체
- 3-4. 웹의 형태 = 기호대상

4. 웹 장르의 커뮤니케이션 체계

5. 결론

참고문헌

(要約)

현재의 복잡한 커뮤니케이션 환경에서 장르의 융합현상 등 장르체계의 현상에 대한 인식이 효율적 커뮤니케이션 디자인의 지표가 될 수 있다. 장르는 예술분야에서 그 실체나 특성의 구분을 위해 적용되었던 개념으로 오늘날에는 다양한 커뮤니케이션 체계의 구조나 유형을 분석하기 위해 활용될 수 있다. 장르를 구분하기 위한 기준요소의 정의는 형태와 내용의 체계를 파악함으로써 이루어졌다. 그동안 새로운 커뮤니케이션 틀인 웹의 유형별 분류를 위해서 웹이 추구하는 목적에 따라 그 기준을 적용해 왔다. 본고에서는 커뮤니케이션 매체로서 웹의 유형분류를 위해 장르의 개념을 적용하여 웹 장르의 구성요소를 형태와 내용, 그리고 기능의 체계를 파악하였다. 형태와 내용에 의한 웹 장르의 특성을 정의함으로써 커뮤니케이션 차원의 웹 유형을 보다 명확하게 구분되도록 논하였다. 형태와 내용, 기능의 장르요소가 커뮤니케이션과정에서 상호작용하는 이론적 체계를 정립해 보기 위해 기호와 기호대상, 해석체로 이루어지는 기호작용이론인 피스의 3항 기호론을 적용하였다.

기호자체는 웹의 고유 목적인 커뮤니케이션의 기능에 대입되고, 기호대상은 웹의 형태에 대입되고, 기호의 해석체에 해당하는 것은 의미의 발생과 작용을 하는 웹의 내용에 대입된다. 또한 기호는 기호대상을 정의하고 해석체에 의해 정의될 수 있으므로 이를 웹 장르 요소의 관계구조에 적용하면, 웹의 형태는 기능을 따르고, 기능은 웹의 내용을 따른다는 논리의 확장이 가능하다. 이러한 이론적 대입을 통하여 웹의 커뮤니케이션과정에서 장르요소가 체계를 가지고 의미작용을 한다는 개념이 정립되었다. 현재의 복잡한 커뮤니케이션 환경에서 장르의 융합 등, 장르체계의 현상에 대한 개념인식이 효율적 커뮤니케이션 디자인의 지표가 될 수 있을 것이다.

(Abstract)

The concept of genre used to be applied to classify the fine arts also can investigate various way of communication system and classification. The structuring element of genre was identified by form and contents in that field. But the classification of the web, which is new communication tool, was made by defining the purpose of the web. In this paper the genre system, which consists of form, contents, and function, is applied to classify the web so that we offer the opportunity to identify clearer characteristics of it. In order to investigate the genre elements in the communication process the structure of the semiotic triad after Charles S. Peirce was adapted, which was labeled as representamen, object, and interpretant. The representamen substitutes for the web function, the object does for the form of the web, and the representamen does for the web contents. According to the Peirce's the representamen identify the object but on the other hand it is identified by the interpretant. Logical structure of the fact that form of the web is identified by its function, and the function is identified by the contents is proved by following the theory. Therefore, the concept of web genre is supported by the element of genre having a logical structure activating in the communication process. We suggest that in recent complicated communication circumstance the genre concept should be adapted to implement the effective web communication design.

(Keyword)

web genre, web design, contents

1. 서론

1-1. 연구배경과 목적

장르의 개념은 아리스토텔레스 시대이후 미술과 음악, 문학분야에 서 그 실체를 구분하는 방법으로 적용되어왔다. 장르는 시대적 문화적 상황에 따라 다수의 구성원들에 의해 인정되어 실현되고 받아들여질 수 있어야 하며, 최근에는 커뮤니케이션 체계의 구조분석을 위한 유용한 개념으로도 이용되고 있다. 현재의 커뮤니케이션 방식이나 체계의 다양함은 바로 장르 개념을 적용함으로써 그 구조를 분석하고 특성을 파악하여 더 나은 커뮤니케이션 방법을 모색할 수 있는 것이다. 이러한 커뮤니케이션의 장르는 구성요소의 형식이나 상징적 체계, 구조적 특질에 의하여 정의될 수 있다.¹⁾

새로운 커뮤니케이션 미디어인 웹도 그 유형별 분류는 일반적으로 커뮤니케이션 목적의 관점에서 구분되어있다. 이러한 구분은 웹 커뮤니케이션을 위해 구성된 내용(contents)과 형태(form) 요소의 체계와 작용에 의한 것이라고 볼 수 있다. 웹 유형의 형성은 사용자들의 사용동기와 생산자의 필요성에 직접적인 관련이 있는데, 동기의 분류는 주로 사용자의 정보 욕구, 오락에 대한 욕구, 커뮤니케이션의 욕구 등에 맞추어 생산자가 커뮤니케이션 목적으로 다양한 내용과 형태에 의한 기능을 제공하는 것이다. 여기서 기능(Function)이란 웹의 커뮤니케이션 목적과 역할을 뜻하는 포괄적 의미로 웹에서 구현되는 기술(Technology)을 포함하는 의미이다. 일반적으로 웹사이트 의 구축은 목적, 혹은 기능의 개념이 정해지고 다음으로 기능에 맞는 기술적 요소와 더불어 웹의 내용(Contents)과 형태(Form)가 결정되는 과정으로 진행되어 왔다.

‘형태(Form)는 기능(Function)을 따른다’는 근대 디자인의 오랜 명제이지만 웹 디자인에서 중요한 추가적 요소는 의미생산의 내용(Content)이다. 내용이란 송신자가 형태(Form)로 포장하여 수신자에게 의미(Meaning)를 전달하는 것이다. 따라서 웹의 기능을 위해서는 시각적 요소와 정보구조, 상호작용의 스타일에 관한 형태와, 웹사이트 목적에 부합하는 의미전달을 위한 정보, 혹은 내용이 주된 축이다. 여기서 내용은 형태에 의해 발현되는 모든 의미의 생산과 전달을 통한 다양하고 포괄적인 의미작용을 뜻한다.

웹장르의 인식은 개발자에게 분명한 목표를 수립하고 이를 실현시키는데 도움을 주며 사용자에게도 그 성격구분을 통한 의미전달이 쉽게 이루어지는 것이다. 또한 웹에 나타나는 다양한 커뮤니케이션 현상을 분류하고 체계화하여 질서를 부여하는 것이다. 그러므로 웹 커뮤니케이션의 속성(Attributes)은 장르의 구성요소인 형태와 내용, 그리고 기능의 상관 구조에서 일어나는 의미작용을 탐구해 봄으로써 가능하다. 의미작용 구조 파악을 통해 웹 장르의 특성을 더욱 구체화시킬 수 있기 때문이다. 본고에서는 웹 유형에 장르의 개념을 적용하고 장르요소에 의한 의미작용 구조를 기호이론을 통해 고찰해보며, 웹 장르에 의한 커뮤니케이션 체계의 개념화를 시도하여 이것이 디자인과정에 적용되도록 하는데 그 목적이 있다.

1-2. 연구방법

기존의 장르이론을 통해 장르 구분을 위한 기준 요소에 대해 고찰하고 이것이 웹 장르의 결정요소인 내용과 형태와 기능의 분류로 설명될 수 있는지에 대해 파악한다. 웹의 유형분류에 대한 기존 연구와 현재 적용되고 있는 분류체계를 통해 해당 장르의 내용과 형태적 특징을 조사하고 이를 통해 내용과 형태요소에 의한 장르적 구분에 대하여 논한다.

또한 기능, 형태, 내용의 장르요소를 기호, 지칭대상, 해석체로 구성되는 퍼스의 커뮤니케이션 이론인 기호현상 이론에 대입하여 웹장르 구성요소가 어떻게 의미작용에 관여하는지 파악한다. 퍼스의 기호현상 이론을 적용하는 것은 웹이 다양한 목적을 가진 커뮤니케이션 수단이고, 그의 기호개념은 언어기호 뿐 아니라 시각기호에 이르기까지 폭넓은 기호들이 발신하는 의미전달의 커뮤니케이션 현상을 설명할 수 있기 때문이다. 이와같은 이론전개를 통해 웹장르의 커뮤니케이션 체계의 모델을 정립한다.

루이스 셸리반(Louis Sullivan)의 ‘형태는 기능에 따른다’의 의미는 디자인과정에서 형태와 기능의 밀접한 관계를 나타내며 근대디자인의 기능 중시를 의미하는 것이다. 웹에서도 커뮤니케이션의 기능을 중시해야하는 디자인의 형태가 기능을 따르는 것은 같은 맥락의 명제로 볼 수 있다. 또한 웹이 가지는 의미전달 요소인 내용(contents)은 웹 디자인 명제의 또 다른 중요한 축이다. 따라서 형태는 기능을 따른다라는 명제와 함께 웹의 ‘기능은 또한 내용을 따른다’라고 가설해보고 이것을 웹 장르의 기호론적 해석을 통해 고찰해 본다. 효율적인 형태가 곧 아름다움이며, 결국 기능을 최대로 만족시키는 형태를 추구하면 저절로 미(美)가 생긴다는 기능주의 디자인 명제가 웹 디자인에서도 적용되며, 이는 결국 웹 장르의 정립을 명료하게 해 주기 때문이다.

2. 웹 장르개념 적용

2-1. 장르의 개념과 요소

장르(genre)는 종족, 혈통, 부문의 뜻을 지닌 라틴어 ‘genus’에 그 어원을 두고 있다. 학술 용어로서는 생물학자들이 동·식물의 종과 속을 구분하기 위해 처음으로 사용한 것인데 그 후 예술 분야에도 도입되어 예술 작품의 분류를 의미하는 것이 되었다. 이를테면, 서정시나 서사시나 하는 것은 문학의 장르에 속하는 것이며, 역사화나 벽화나 하는 것은 회화의 장르에 속한다. 간단하게 말하면 공통적인 특성을 지닌 요소들이 모여서 하나의 일관된 틀을 구축한 것이 장르이다. M.K. Danziger와 W.S. Jhonson은 문학에서 장르 구분의 기준을 제시하였는데, 작품의 표현매체, 또는 형태, 작품 속에 수용된 체계의 성격, 창작 목적과 작가의 태도, 독자와의 관계에서 고려된 상황이 그것이었다.²⁾

시각예술의 장르는 유사한 내용(content)이나 형태(form)에 의해 구분이 결정되었다. C. Greenberg의 포말리즘(Formalism)이론에서 시각예술은 보는 것으로서의 형태로부

1) Tero Paivarinta, A Genre Approach to Applying Critical Social Theory to Information Systems Development, HICSS, 2000

2) M. K Danziger, W. S. Johnson, An introduction to literary criticism, Heath PB,1961

터 회화의 모더니즘을 추구하는 것이며, 눈에 보이는 형태와 눈에 안 보이는 내용으로 구성되어 있는 것이라고 언급했다.

이 형태와 내용의 분리의식은 예술에 있어서의 상대성 같은 원리이다. 내용은 테마(theme)나 주제와 관련된 것이고 형태는 눈으로 확인될 수 있는 실질적이고 물리적인 것이다. 따라서 내용이나 형태의 다양함 속에 장르의 구분을 통하여 특정 시각예술 실체를 다른 것과 구별하는 것이다.³⁾

Joseph Campbell에 의하면 극영화의 장르에 있어서 가장 보편적이며 공통적으로 드러나는 요소가 있다고 주장하는데, 그것을 공식(formula), 관습(convention), 아이콘(iconography)의 3가지로 요약했다. 공식이란 공식적 구성(formula plots)에 의해 예견된 결말을 향해 진행되는 일련의 행위들의 반복을 의미한다. 관습이란 공식적 플롯이 시각화된 형태로 전환되는 방법을 말하며, 아이콘이란 영상을 통해 전달되는 복잡한 내용이나 부가적인 의미, 전형적인 표상을 뜻하는 것이다.⁴⁾ 이상에서 살펴본 바와 같이 문학의 장르분류는 형태와 내용과 관련 있는 체제의 성격, 그리고 창작 목적(혹은 기능) 등이 장르구분을 위한 주요 기준이다. 시각예술에서도 지금까지 형태와 그 안에 내재되어 있는 내용이 장르를 결정하는 주요 요소이다. 또한 영화 장르이론의 공식과 관습은 영화의 형태에 관한 것이고, 아이콘은 전달하려는 내용과 관련된 것이라고 볼 수 있다. 웹도 위와는 다른 매체적 특성인 상호작용과 네트워크 형식을 이용하지만 의미전달의 커뮤니케이션의 기능은 같다. 그러므로 목적 혹은 기능(function)에 따라 웹의 형식도 내용(content)과 형태(form)의 요소로 구성된다고 볼 수 있다. 따라서 웹 장르의 구분도 예술의 주요 장르 요소인 형태와 내용의 개념과 함께 기능이란 통합적인 개념을 통하여 고찰해 볼 수 있겠다.

2-2. 웹에서 장르의 의미

디자이너들은 웹사이트의 내용과 형태를 어떻게 구성할 것인가 결정하기 위해 잘 짜여진 현실 상황의 실제, 혹은 메타포를 이용한다. 그들의 현실세계 경험을 바탕으로 사람들이 갖는 기대를 충족하기 위해 이것을 이용하는 것이다. 현실세계의 경험은 웹장르를 구분될 수 있는 토대를 제공한다. 예를 들어 뉴스관련 사이트를 방문하면 종이신문과 같은 헤드라인과 사진 구성의 형태를 기대하게 된다. 여행사이트는 여행 브로셔와 같은 형태로 될 것이고 쇼핑사이트는 현실세계의 쇼핑 공간처럼 쇼핑카트, 상품구분 통로 등이 등장한다. 사용자들은 현실세계에서 익숙한 형태를 인식할 수 있어야 방문한 사이트에 점차적으로 동화되고 편안하게 이용할 수 있게 되기 때문에 웹 장르들은 각각 현실세계와 관련한 내용과 형태에 의해 결정되는 특성이 있다. 사용자들은 시각적 요소에 의한 장르의 인식보다 텍스트의 내용으로 되어 있는 장르의 인식에 더 많은 시간이 소요된다. 텍스트의 밀집도나 움직임은 요소들도 시각적 유도에 의해 인지되어 읽혀지는 것이 아닌 보여지는 것이기 때문이다. 반면에 텍스트의 내용은 읽혀져야 하는

3) 유준상, 김선희의 언어총동, 미술평론
http://www.kcaf.or.kr/art500/kimsunwhoe/bxt/rev3_1.htm

4) <http://9977.zoa.to/MovieData/MData10.htm>

깊은 단계의 주의력을 요구한다. 그러나 시각적 요소와 관련된 형태는 직관적인 인식을 통해 이해될 수 있다.

사용자들은 자신이 방문한 웹사이트의 형태에 의해 어떤 장르의 사이트를 방문하고 있는지 무의식적으로 인지하게 되고 그들의 최초판단을 바로잡고 강화하는데 활용한다. 따라서 형태와 내용이 유기적으로 조화롭게 구성되지 않으면 사용자 측면에서 웹 장르를 구분하는 것이 어려워질 수 있으며 이는 사용성의 문제를 야기할 수 있다. 즉 내용과 형태가 조화롭게 양립해야 사용자를 위한 사용성과 커뮤니케이션의 의미작용 기능이 확보될 수 있는 것이다.

2-3. 웹 장르의 내용과 형태 측면

웹에서 의미생산과 전달의 내용은 장르의 개성적인 차별점을 준다. 뉴스를 제공하는 사이트의 경우 현재의 중요한 사실에 대한 헤드라인을 제공하는 것이 사용자들에게 중요한 일이다. 국제뉴스, 국내뉴스, 경제, 스포츠, 화제 등에 관한 내용의 헤드라인을 통해 이 사이트는 뉴스 사이트라는 것을 말해주기 때문이다. 정보 장르의 대학사이트에서 전공이나 입학요강, 도서관 등의 내용은 로고를 보지 않더라도 대학 사이트라는 것을 알아볼 수 있게 한다. 쇼핑사이트가 다른 장르에 비해 가장 두드러지는 내용은 그 사이트가 팔고 있는 상품이나 배송 서비스, 상품평가, 가격정보, 결제 등의 판매정보이다. 내용은 곧 의미의 전달을 뜻하기 때문에 단지 이미지나 텍스트에 의한 내용만이 아닌 웹의 형태에 의해 발견되는 모든 의미작용도 포괄적 측면에서 내용에 포함된다. 아래 표1)과 같이 검색사이트에 나타난 유형별 분류는 내용을 기준으로 한 것임을 볼 수 있다.

분류	구성	분류	구성
엔터테인먼트	음악 만화 유머 연예 인 게임 공연 요리	여가생활과 스포츠	스포츠 게임 여행 자동차 레저...
뉴스와 미디어	신문 라디오 tv편성표 드라마...	컴퓨터와 인터넷	채팅 아이콘 html P2P 해킹...
비즈니스와 경제	취업 금융 부동산 쇼 핑 B2B...	지역정보	대한민국 일본 중국 세계지역...
건강과 의학	사상의학 질병 다이어 트 의학...	사회과 문화	사회적 이슈 문제 음식 동문화...
교육, 학문	공부방 학교 학습자료 대학...	예술	미술 공예 디자인 사진 패션...
인문, 사회과학	입법 경제학 사회학 경영학...	자연과학	생물학 천문학 공학 애 원동물...
정부	입법 행정 법 정치 선 거 군사...	참고자료	사전 도서관 속담 달력...

표1) 야후(<http://www.yahoo.co.kr>)의 내용에 의한 분류

형태는 디자인의 목적에 맞게 창조하기 위해 자연의 형태질서나 인공의 형태질서를 파악하고 변형해서 재현하는 것이다. 대상물과 동일화할 수 있는 범위까지 디자인의 특질(구조적 특성)을 갖도록 간결화시키는 것을 스타일화라고 표현한다.⁵⁾ 웹에서 형태(Form)이란 통상적으로 위에서 언급한 시각적 요소와, 멀티미디어의 상호작용과 관련된 방식 또는 스타일(Style)이다. 그러므로 웹의 형태를 결정하는 요소로는 이미지

5) 정시화, 현대디자인의 이해, 미진사, 1980

, 문자, 색채, 모션그래픽과 사운드, 네비게이션, 인터페이스 등으로 확장된다. 장르를 구분시키는 것은 형태 요소들의 결합방식에 따라 결정되는 것이다. 따라서 디자인과정에서 의도하는 장르 표현을 위해 이러한 결합되는 요소들의 방식에 의해 장르의 아이덴티티가 형성된다. 또한 웹의 형태는 내용과 기술에 따르기 때문에 그에 따라 시각적, 멀티미디어적, 상호작용적 요소가 영향을 많이 받는다. 웹의 형태를 구성하는 요소들은 표2)와 같이 정리될 수 있다.

이미지/텍스트	멀티미디어	네비게이션	정보구조	상호작용
-2D/3D 그래픽 사진 색채 레이아웃 타이포그래피	-사운드 동영상 모션그래픽 애니메이션	-계층적 글로벌 텍스트링크	-브로셔형 카드로그형 데이터베이스 페이지길이	-마우스작동 사용자인력 게시판/이메일

표2) 웹 장르의 형태 구성요소

2-4. 웹 유형의 분류

웹은 상호작용의 대화성과 네트워크를 통한 소통성, 하이퍼텍스트를 통한 확장성을 특징으로 한다. 이것을 바탕으로 그동안 구축 목적에 의해 그 유형을 분류하는 몇 가지 기준이 제시되었다. 최종 사용자가 기대할 수 있는 웹의 효용성 관점에서 분류했는데⁶⁾, 첫 번째는 정보제공형으로 사용자에게 지속적으로 유용한 정보를 제공하여 사용자 방문을 유도하는 목적을 가지며 이들을 대상으로 상업적 광고를 유치하여 수익을 창출하는 형식이다. 두 번째는 제화제공 유형으로 사용자에게 유무형의 재화를 판매함으로써 수익을 창출하는 것이다. 셋째는 서비스제공 유형으로 직접적인 수익창출이 목적이 아니라 사이트를 통해 홍보나 광고 효과, 그리고 사용자에 대한 부가 서비스를 제공하여 기업이나 브랜드의 인지도 강화에 목적이 있다. Bruce H Clark의 수익모델 기준에 의한 분류는 기존의 마케팅활동의 보완적 역할 수행을 위한 비수익추구형과, 웹을 통해 직접적인 기업이익을 추구하는 수익추구형으로 나누어 분류하였다. 비수익추구형은 홍보와 서비스 등 이미지향상의 목적이 있고, 수익추구형은 상품판매, 쇼핑공간제공(증권)거래, 정보가공 및 파일제공, 광고유치 등의 목적으로 유형이 세분화된다.⁷⁾ 또한 Jennifer Flemming은 역시 웹의 목적에 따라 아이덴티티(Identity), 정보(Information), 오락(Entertainment), 학습(Learning), 쇼핑(Shopping), 커뮤니티(Community)등의 6가지 유형으로 분류했다.⁸⁾ Albert N. Badre는 웹의 유형을 내용과 표현방법의 특성에 따라 뉴스, 쇼핑, 정보, 엔터테인먼트 등의 4가지로 분류했다.⁹⁾ 이상과 같이 웹의 유형 분류를 위한 선행연구에서 나타난 사항을 토대로 웹사이트의 목적별 구분 기준을 크게 정보, 비즈니스, 엔터테인먼트, 교육, 커뮤니티, 뉴스 등의 6개 영역으로 정리해 볼 수 있다. 그리하여 검색사이트 야후의 내용을 기준

6) 김춘호, 기업 웹사이트 구축 목적별 웹 고객 유지전략 선호도 연구, 중앙대 석사논문, 1999

7) Clark, Bruce H, Marketing Management, Winter 1997

8) Albert N. Badre, Shaping Web Usability, 2002.

9) Jennifer Fleming, 성공적인 웹사이트를 위한 웹 네비게이션, 한빛미디어, 2000

으로 분류한 카테고리 6개 영역의 장르로 재구성해 볼 수 있다. 사이트별 접속순위 정보를 제공하는 랭키닷컴(www.ranky.com)에서 6개의 장르별 상위 접속사이트 5개씩을 선택(사이트명은 맨 뒤의 참고사이트 참조)하여 그것의 형태적 특성요소를 파악하여 정리해 보았다. 그 결과 다소 중복되는 면이 있지만 아래 표3)과 같이 각 장르들이 그 내용에 따라 형태적 요소의 특성이 나타남을 알 수 있다.

장르(Genre)	내용(content)요소	형태(form)요소
정보(Information)	건강과 의학, 정부, 지역정보 참고자료	텍스트위주 내용, 밀집된 레이아웃 계층적 정보구조, 긴 페이지길이, 글로벌/로컬 네비게이션
비즈니스(Business)	상품정보 및 판매, 비즈니스와 경제, 소비자서비스, 광고 및 홍보	그래픽, 사진이미지, 밝은 색상, 데이터베이스 구조, 글로벌/로컬 네비게이션, 짧은 페이지길이, 결재양식
엔터테인먼트(Entertainment)	게임, 영화, 음악 문화예술 여가생활과 스포츠	그래픽, 밝은 색채, 개성있는 레이아웃, 애니메이션, 동영상, 짧은 페이지길이, 마우스상호작용
교육(Education)	인문, 사회과학 자연과학, 컴퓨터와 인터넷, 교육, 학문	텍스트 위주내용, 텍스트링크, 계층적 정보구조, 동영상, 수강신청양식
커뮤니티(Community)	동호회, 동창회 채팅 메일서비스	그래픽, 아이콘 이미지, 아버터, 캐릭터, 밝은 색상, 회원가입 양식, 상호작용
뉴스(News)	신문뉴스 카테고리, 방송, 멀티미디어뉴스 광고 및 홍보	텍스트와 사진, 텍스트링크, 헤드라인 기사, 보수적 색상, 긴 페이지길이

표3) 웹 장르별 내용과 형태 요소의 특성

표3)에서 보듯이 뉴스 장르의 경우 가장 핵심적인 표현형태는 텍스트이다. 효과적인 텍스트의 표현이 뉴스 사이트의 기능성을 높이는 요소이며, 텍스트를 보완해 주는 것은 기사내용을 담은 사진이다. 비즈니스 장르는 잘 다듬어진 사진이나 그래픽 아이콘, 밝은 색채의 사용이 특징이다. 쇼핑카트나 결제 등을 위한 양식과 아이콘도 형태적 요소들이다. 이런 요소들로 인해 사용자들은 이것이 비즈니스의 서브장르인 쇼핑사이트라는 것을 직접적으로 인식할 수 있으며 다른 장르와 혼동하지 않게 된다. 마찬가지로 정보와 엔터테인먼트 장르나 다른 서브장르의 형태도 독특한 스타일의 형태가 존재한다. 정보제공을 위한 텍스트나 이미지가 정보와 연관되는 주제와 내용을 전달하기 위해 표현된다. 엔터테인먼트 장르는 밝고 두드러진 색상과 인위적인 이미지의 형태 표현을 통해 재미를 강조한다. 다른 장르와 차별되는 움직임은 애니메이션이나 이미지 사용은 사용자들에게 현실세계의 엔터테인먼트와 같은 느낌을 전달하기 위해서이다.

장르를 표현하는 형태의 특성은 주요 사용자의 연령층에 따라 다소 변화가 있고 장르별로 혼용되어 나타날 수 있다. 그러나 형태의 특성은 사이트의 전반적인 Tone&Mood를 좌우하고 의미를 발현하는 역할을 한다. 또한 사용자 멘탈모델(mental model)과 연관되어 웹사이트의 사용성에 영향을 미치는 요소

이기도 하다. 그림1)과 같이 장르 요소들은 유기적 상호작용에 의해 서로 영향을 주고받으며 장르의 특성을 나타내는 것이다.

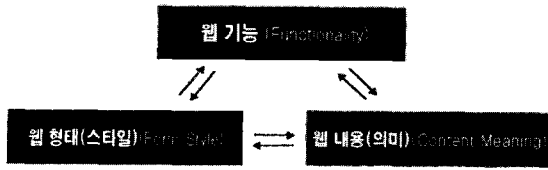


그림1) 웹 장르의 요소와 작용 체계

2-5. 웹 장르의 융합과 진화

Badre와 Laskowski는 웹 형태의 스타일이 장르에 어떻게 영향을 미치는지 연구하였다.¹⁰⁾ 그림2)와 같이 원래의 비즈니스(쇼핑)장르의 형태로 디자인된 콘텐츠와, 뉴스 장르의 콘텐츠를 비즈니스(쇼핑)장르의 형태로 바꾸어 디자인된 콘텐츠를 가지고 사용자의 선호도와 임무 수행력을 조사했다. 조사결과 선호도 측면은 뉴스 콘텐츠를 비즈니스(쇼핑)장르의 형태로 디자인한 것이 더 높았고, 임무 수행력은 원래의 장르 형태로 디자인된 콘텐츠가 더 높았다. 이 연구에서 시사하는 것은 웹 장르의 융합은 사용성과 관련이 있고 각 장르의 형태에 대한 사용자 선호도가 차이가 있음을 나타냈다. 앞으로도 장르 융합 현상에 따른 사용자 선호도와 편리성의 관계에 대한 연구는 더 진행되어야 할 것이다.

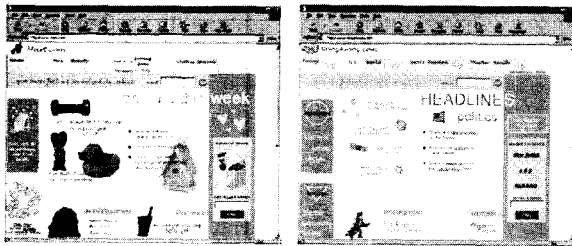


그림2) Badre와 Laskowski의 웹장르의 융합

장르는 현실세계의 상황변화로부터 동등한 특징을 채용함으로써 그 자체의 독특함이 사용자들을 점차적으로 익숙하게 만드는 것이다. 그 결과로 장르의 아이덴티티가 유지되면서 또한 진화되는 것이다. 현실세계에서 채용되는 메타포와 더불어 장르의 진화에 영향을 주는 또 다른 요소는 웹의 기술발전이다. 즉 현실세계에서는 존재하지 않는 하이퍼링크의 상호작용과 멀티미디어 특성이 이에 해당된다. 커뮤니케이션 환경의 변화와 웹 기술의 발전에 따라 형태도 원래로부터 변화되어 가고 있다. 그러나 장르가 진화해 가도 장르의 큰 범주와 그 유효성은 지속적으로 유지될 것이다. 따라서 장르의 범주는 사용자의 눈에 구별될 수 있도록 그 개념을 일관되게 디자인에 적용해야 한다.

3. 웹 장르의 기호작용

3-1. 피스의 3항구조 기호론 적용

커뮤니케이션은 생산자 혹은 송신자에 의해 만들어진 메시지의 전달과정이다. Lasswell은 메시지의 전달과정을 송신자(source)-메시지(message)-채널(channel)-수신자(receiver)-효과(effect)로 분류했다.¹¹⁾ 웹은 커뮤니케이션을 위한 채널이고 메시지는 일종의 코드(code)화된 기호이며, 효과는 수신자에 의한 메시지, 혹은 기호 해석(decode)의 결과라고 할 수 있다. 기호가 일으키는, 그리고 기호에 부여되는 의미작용이기 때문에 커뮤니케이션과 의미작용을 함께 파악하는 것이 중요하다. 이러한 의미의 작용, 혹은 기호의 현상이론은 피스(Charles S. Peirce)의 3항 구조에 의해 설명될 수 있다. 3항구조(Triadic structure)의 1항(Firstness)은 기호(Representamen), 2항(secondness)은 지칭되는 대상(Object), 3항(thirdness)은 해석체(Interpretant)로 구분된다. 기호란 대상에 의해 나타나고, 역으로 대상은 기호 그 자체가 아니라 기호에 의해 나타내어지는 것이다. 기호의 지칭대상은 기호 사용자가 마음속에 이해되는 어떤 것을 만들어 낸다. 이것을 해석체라고 한다. 기호가 어떤 사람에게 대상을 대신해서 나타낼 수 있는 이유는 오직 기호 사용자의 마음에 떠오르는 해석체에 의한 중계 때문에 가능한 것이다. 피스에 따르면 그림3)과 같이 '기호과정은 기호와 대상 그리고 해석체의 세 요소가 개입하여 만들어내는 3항 관계의 영향'을 의미한다고 했다. 다시 말해, 기호 또는 표상이란 어떤 측면(Aspects)이나 능력(Capacity)으로, 어떤 사람에게 어떤 것을 대신하여 나타내 준 어떤 것이다. 그것은 어떤 사람에게 무엇인가를 말한다. 즉, 기호는 그 사람의 마음 속에 상응하는 기호, 또는 더 진전된 기호를 만들어낸다. 단어, 이미지, 제스처, 행동습관 등이 이에 해당된다. 즉 기호는 어떤 것, 그것의 지칭대상을 대신하여 나타내는 것이라고 했다.¹²⁾

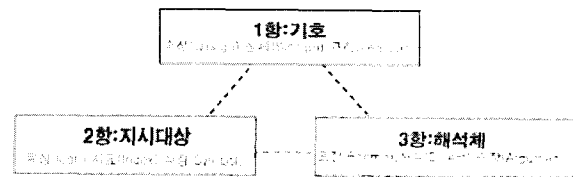


그림3) 피스(Peirce)의 기호과정 3항 구조와 의미

피스의 기호 3항 중 1항에 해당하는 기호가 커뮤니케이션과정에서 의미전달의 실체이거나 혹은, 어떤 측면이나 능력이라든, 웹을 통한 커뮤니케이션도 웹이라는 채널을 통한 의미전달의 목적이며 이것이 포괄적인 의미의 기능(function)이라고 정의할 수 있을 것이다.

2항에 해당하는 기호대상은 기호생성을 위해 기호가 적용되는 대상을 말하는 것으로 피스는 이것을 다시 유상(icon), 지표(index), 상징(symbol)으로 나누었다. 유상이란 기호가 갖는

10) Badre and Laskowski, The Cultural Context of Web Genres, 2001

11) H.D. Lasswell, The structure and function of communication in society, Lyman Bryson, 1948, p37.

12) 박정순, 대중매체의 기호학, 나남출판, 1995, 137-147pp

물리적 속성과 지칭대상이 갖는 물리적 속성 사이에 유사점이 존재하는 것을 의미한다. 지표란 원인과 결과의 관계이며, 상징은 기호와 그것이 지칭하는 대상의 관계가 공유되는 관습이나 규칙이 만들어질 때를 가리킨다. 웹에서는 이러한 기호 대상이 형태(form)라는 개념으로 정의될 수 있으며, 형태는 곧 스타일(style)과 같은 맥락이다.

3항의 해석체는 웹에서 커뮤니케이션, 즉 의미전달을 위한 내용(content)으로 의미(meaning)의 생산 및 전달을 뜻하는 것이다. 내용에 의한 의미전달은 해석체에 의하여 중개되어 사용자가 기억할 수 있는 것으로, 웹에서는 텍스트나 이미지, 멀티미디어, 정보의 구성, 인터페이스, 상호작용 등, 웹 장르의 형태요소로 의해 발현되는 의미작용 요소가 내용이라고 할 수 있다. 이와 같이 웹의 내용은 텍스트와 이미지 등에 의한 직접적인 의미의 생산이나 그 밖의 형태요소로 의한 의미부가의 포괄적인 속성으로 설명될 수 있다.

3-2. 통합체로서 웹의 기능 = 기호

위에서 살펴본 바와 같이 웹 장르 구성은 크게 보아 내용과 형태에 의해 특징지을 수 있다. 그 구성요소들의 결합방식에 따라 웹의 기능이라 할 수 있는 커뮤니케이션 유형도 달리 형성된다. 커뮤니케이션의 발생은 곧 기호의 의미작용이며 그 유형도 기호의 의미작용에 따라 달라지기 때문이다. 따라서 웹 장르의 구성요소가 웹의 궁극적인 기능과의 연관관계를 파악함으로써 장르의 특성에 따른 커뮤니케이션의 작용구조를 알 수 있다.

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 통합적 기능이라고 할 수 있다. 따라서 기능의 통합체는 형태와 내용으로부터 새로운 단위를 연속적으로 선택하지 않는 한 만들어질 수 없다는 측면에서 웹의 형태와 내용과 기능의 관계는 아주 밀접하게 연관된다.

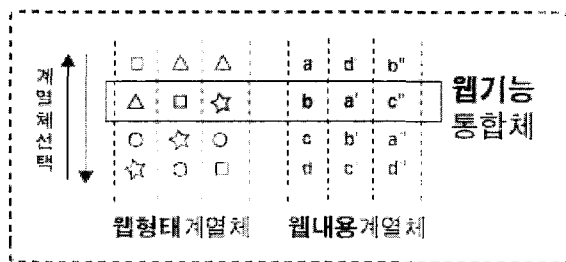


그림4) 웹 장르에서 기능의 통합체적 구조

3-3. 웹의 내용 = 기호해석체

해석체는 기호대상, 즉 형태로부터 발화되는 기호를 마음이나 정신으로부터 해석할 수 있는 것을 말한다. 해석체는 사회가 가지고 있는 동질감, 규범, 제도, 문화 등을 바탕으로 기호가 생성되는 것이다. 그러므로 퍼스의 해석체는 기호, 즉 의미를 담고 있고 생산해 내는 의미작용이며, 내용이 이에 해당된다. 퍼스는 해석체의 속성을 표징소(表徵素), 사실소(事實素), 주장

(主張)으로 정의하였다.

의미전달 관점에서 웹에서 나타나는 내용은 통상적인 정보전달을 위한 텍스트 형식의 내용만이 아닌 포괄적 의미의 내용으로 해석해야 한다. 이는 커뮤니케이션을 위해 채택된 텍스트와 이미지, 멀티미디어, 인터페이스구성, 네비게이션 등의 요소들이 복합적인 의미작용을 하기 때문이다.

3-3-1. 내용의 표징소(rheme), 사실소(Dicent), 주장(Argument)

표징(表徵)이란 어떤 것과 다른 것을 드러내 보이는 두드러지는 것을 의미한다. 즉 가정이자 가능성을 바탕으로 어떤 것의 외양적 속성을 통해 일정한 '종류'의 있을 수 있는 대상을 대신하는 것으로 이해 또는 해석될 수 있는 것을 의미한다. 내용의 의미 작용은 그것이 담고 있는 다른 것과 구별될 수 있는 것으로부터 이해되고 해석될 수 있는 가능성으로 볼 수 있는 것이다. 언어 혹은 텍스트로 표시되는 내용도 언어체(langue)¹³⁾라는 규칙, 혹은 집단적 규약에 따라 언어적 의미소통을 하는 체계이다. 모든 웹의 장르에서 의미적으로 다른 것과 구분될 수 있는 내용으로 지칭과 분류를 위해 사용하는 언어적 텍스트나 형태의 의미작용이 연관된다.

내용을 통한 의미전달에서 어떤 것과 관련하여 그것을 대신하는 상황의 사실(事實)적 존재를 설명하는 것으로 이해 또는 해석되는 것을 퍼스는 '사실소' 또는 논리적 근거가 있는 '명제'라고 했다. 웹의 모든 장르에서 정보로서 가치를 지니고 있으며, 사실적 존재를 설명하거나 논리적 근거에 의한 내용이 이에 해당한다. 기호가 그것이 대신하는 어떤 것의 진실을 주장하는 것으로 이해 또는 해석될 때 주장으로 불린다. 비즈니스 장르 등에서 강조되는 상업적 정보 등이 주장에 해당한다고 볼 수 있다.

이와같이 웹에서의 내용은 표징소, 사실소, 주장으로 기능을 하며 그것의 대상과 유사적으로, 지표적으로, 또는 상징적으로 연결되어 통합적으로 의미의 해석체 역할을 하는 것이다.

3-3-2. 내용으로써의 메타포(Metaphors)

메타포(그리스어: metaphora=전달)는 어떤 것의 맥락의 의미를 다른 것의 의미로 전환하는 역할을 하여 두 부분이 서로 관여하며 특정의 의미를 생산해 주는 것이다. 생소한 것을 익숙한 것으로 만들며, 어떤 것을 다른 것이 갖는 특징을 통해서 설명하고 이해하는 의미작용이다. 추상적이거나 복잡한 과정을 다른 세계에서 발견된 잘 알려진 것으로 그들과 연관시켜 묘사할 때 메타포의 사용은 적절하다. 이것은 마치 한 기호가 어떤 것을 대신하는 것이라는 점에서 모든 기호표현은 은유적 표현의 메타포라고 할 수 있다. 메타포를 적용하기 위한 환경을 이해하는 것이 필요하고 은유적으로 사용될 다른 세계에서 그것을 상황에 맞게 디자인함으로써 내용이 형성될 수 있다. 메타포는 계열체의 임의적인 선택 그 이상이며 기호로 생성되는 논리적 구조를 전달하여 하나의 형태를 형성하는 것이다. 웹의 인터페이스에 나타난 시각적 형태는 이미 잘

13) 언어체(Langue): 소쉬르(Saussure)의 언어이론에서 출발한 것으로 언어체란 같은 언어공통체에 속한 모든 개인들이 갖는 공통적인 문법체계이며, 이것은 사회적으로 공유되는 관습과 같은 것이다. 연관된 개념인 발화체(Parole)는 개인이 사용하는 개별적, 개인적 차원의 언어나 표현을 의미한다.

알려져 있고 표준적인 메타포가 되어 있다. 장르를 표현하는 형태의 특성도 될 수 있는 메타포는 사용자의 사용성과 연관되어 형태요소를 통해 의미생산을 하는 일종의 해석체이며 내용이다. 웹 인터페이스를 구성하는 시각적 단서 역시 의미 전달 역할을 하는 메타포로서 장르의 특성을 형성하는 주된 요소이기 때문이다.

3-4. 웹의 형태 = 기호대상

3-4-1. 유상(icon)과 지표(index)와 상징(symbol)으로서의 형태
 유상과 지표와 상징 요소는 시각적 기호의 개념으로 웹의 형태에 영향을 주는 대부분의 시각표현 요소들이 해당된다. 유상기호는 시각적 유사성에 의한 기호이다. 표현대상이 단순히 그 대상과 갖는 속성과 닮았을 따름으로 사람의 마음에 그것과 비슷한 감각을 불러일으키는 것이다. 웹 인터페이스를 구성하는 유상적 시각요소들은 사용자에게 직관적 인식을 통해 내용에 대한 예측을 가능하게 하며, 여러 유형의 정보를 표현하는 유상적 이미지들에 의해 의미의 발생과 전달이 이루어지는 것이다.

지표는 기호와 지칭대상간의 원인과 결과의 인과관계가 형성되는 것이나, 공간적 인접성과 지칭대상의 일부임으로 해서 지표가 된다. 일기상태를 표현하는 구름과 우산은 비의 지표가 되는 것이며, 해는 맑은 날씨의 지표이다. 사진 이미지와 동영상, 사운드 등의 미디어로 표현되는 것도 카메라 등의 기계와 인접해서 생산되는 지표적 기호이다. 이렇게 미디어에 의해 나타나는 이미지들은 지표적인 동시에 유상적 성격을 동시에 가지고 있다. 직접적으로 그 대상물을 인식할 수 있는 유사성이 있기 때문이다. 네비게이션이나 메뉴를 위한 버튼의 동적 이미지, 애니메이션 등도 바로 표지판과 같은 역할을 하는 유상적이면서 인과관계를 형성하는 지표적인 기호라고 할 수 있다.

상징은 습관의 결과에 의해 다소 불명확하게 개략적으로 대상을 지시 의미하는 것으로 해석될 수 있는 기호이다. 관습이나 문화, 규약과 규칙에 의해 만들어진 기호이다. 상징은 상징 사용자의 인식체계에 이미 들어있는 요소로 인해 그것의 대상이나 의미가 연결되는 것이다. 따라서 일정 시간동안 학습에 의해 상징기호가 형성되며 규칙과 습관에 의해 사용되는 것이다. 색채도 강한 상징성을 가지고 있는 형태 요소이다. 각각의 색채가 가지고 있는 고유한 형용사적 느낌이나 의미는 사람들의 오랜 학습을 통해 강한 상징성을 내포하고 있다. 웹의 색채요소는 사이트의 전반적 스타일을 좌우하여 성격을 규정짓게 하는 상징 요소이다. 웹 아이덴티티를 나타내는 시각요소도 반복 노출에 의한 학습효과로써 강한 상징성을 가지고 있다. 로고이미지나 캐릭터, 아바타와 같은 시각물들이 그런 기호이다. 이러한 상징요소들의 표현 방식이 웹의 특정 스타일에 의한 형태를 규정하는 요소로 작용한다.

웹의 커뮤니케이션을 위해 고안된 지표들의 많은 것들은 유상적 측면과 지표적 측면 등을 함께 가지고 있다. 유상과 지표, 상징은 보는 관점에 따라 서로 겹칠 수 있는 개념이기 때문이다. 웹의 형태는 바로 유상과 지표, 상징의 기호대상에 의해 결정되는 것이며, 이들이 서로 연관을 가지며 의미전달을 통한 웹의 기능을 발화하는 것이다. 웹에서 나타나는 기호대상

인 형태요소는 그림5)와 같이 정리해 볼 수 있다.

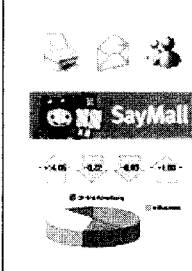
유상(icon)이미지	지표(Index)이미지	상징(Symbol)이미지
아이콘, 도표, 픽토그램, 그래픽이미지	사진이미지, 버튼(아이콘), 동영상	아이덴티티, 색채, 캐릭터, 상징이미지
		

그림5) 웹의 형태요소 - 유상, 지표, 상징의 이미지

3-4-2. 형태의 변천

음악이나 미술 등의 예술분야에서 시대의 흐름에 따라 나타나는 장르의 변천은 의미하는 내용의 변화도 있지만 대부분 표현되는 형태의 변천이라고 볼 수 있다. 따라서 형태의 변천은 장르의 변천을 이끄는 주요 원인이 되어왔다. 웹 장르의 변천도 기술의 발전에 따른 형태, 즉 스타일의 변천으로 이루어진다. 역사가 길지 않지만 짧은 기간에 비해 웹이 인간생활에 미친 영향만큼이나 그 형태, 즉 스타일도 급속히 변화되었다. David Siegel은 웹 스타일의 변천을 4세대로 구분하였다.¹⁴⁾ 1세대는 선형적이며 단순한 위아래와 좌우로 진행되는 연속적인 텍스트와 여기저기 위치한 강조점, 수평선의 사용과 대부분 회색을 배경색으로 디자인된 것이었다. 이는 엔지니어들이 주로 웹페이지를 만들 수 있어서 단순한 기능 구현만이 가능했기 때문이다. 2세대의 사이트들은 지시대상의 언어를 시각적 아이콘으로 대체하고 이미지 패턴이 바탕에 적용되며, 단순 형태의 버튼이 대체되었다. 정보의 구성이 계층적으로 구분되기 시작했으며 점차 HTML코딩방법이 보급되면서 디자인의 개념작용이 도입되기 시작하였다. 3세대의 사이트들은 시각디자인의 개념을 본격적으로 적용되었다. 메타포의 적용과 잘 알려진 사용자의 심리적인 면을 고려하여 내용을 구성하고 디자인한 것이었다. 웹의 정보제공이 점차 복잡함에 따라 정보를 구조적으로 설계해야 하는 단계에 이르렀다. 4세대 사이트는 다이내믹 콘텐츠를 위하여 데이터 베이스를 위한 사이트 구조에 초점을 맞추었다. 빠르고 구조적이며 사용자 편의의 정보 전달과정에 중점을 두며, 웹 카탈로그나 검색엔진 등은 개인별 맞춤사용을 제공하고 다양한 기능도 추가되었다. 따라서 스타일도 그러한 기능을 강화하는 경향으로 바뀌었다.

스타일의 변천은 곧 형태의 변천이고 이것은 다시 장르의 변천으로 연결된다. 앞에서 언급했던 장르의 융합과 진화의 경우를 통해 새로운 스타일이 사용자 선호도와 사용성 요소로 작용하고 있기 때문에 웹 장르도 다른 분야의 장르와 같이

14) David Siegel, Creating Killer Web Sites, The Art of Third-Generation Site Design, Hayden Books, 1998.

계속적으로 진화될 것이다.

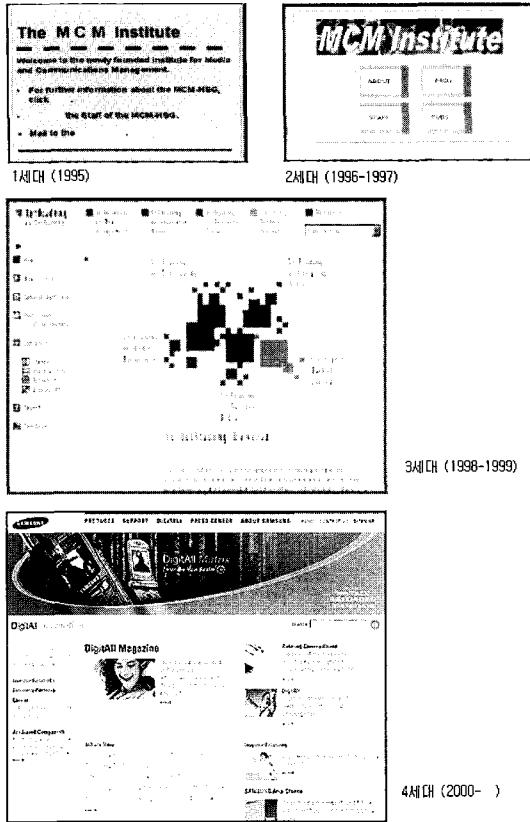


그림6) 세대별 웹 형태변화

4. 웹 장르의 커뮤니케이션 체계

위에서 논한 바와 같이 웹의 커뮤니케이션 체계에서 나타나는 웹장르 분류요소와 기호 분류유목의 연관성을 정리해 보면 표4)와 같다.

구분	내용 = 기호해석소				형태 = 기호대상		
	표장소	사실소	주장	메타포	유상	지표	상징
기호 분류유 목	대상의 이해될 가능성	사실적 존재의 설명	진실의 주장	의미의 전환	시간적 유사성	인과관계, 공간적 인접성	관습에 의한 규약
웹장르 분류요 소	텍스트로 구성된 지시어, 내용 내용	사실적 정보내용, 기사	홍보성 내용, 광고	인터페이 스 요소	아이콘, 도표, 사실이미 지	네비게이션 요소, 사진이미지, 애니메이션	아이덴티티, 색상

표4) 웹장르 요소에 나타난 기호유목

이로써 퍼스의 3항구조로 이루어진 기호과정(semiosis) 이론을 웹 장르의 커뮤니케이션 체계에 대입해 볼 수 있다. 1항에 해당하는 기호자체는 웹의 궁극적 목표라 할 수 있는 커뮤니케이션 목적에 대입될 수 있다. 앞서 언급한 것처럼 커뮤니케이션 목적이란 웹의 포괄적 기능(function)과 같은 것이므로 기호의 생산과 전달의 작용을 한다.

기호과정의 2항인 기호대상은 기호를 가능하게 하는 실재적인

고 구체적인 표현대상(object)이라고 할 수 있다. 또한 이러한 대상은 형태와 관계 있는 것이고 스타일에 영향을 주는 요소이다. 따라서 기호대상은 형태(form)에 대입될 수 있다. 3항의 해석체는 사람의 마음속에 어떤 기호대상에 대해 일어나는 심리적인 사건으로 이로 인해 기호가 생성되는 역할을 하는 것이다. 기호는 곧 의미와 같으므로 웹에서 의미란 형태에 의해 발현되는 내용이며, 해석체가 바로 의미작용을 일으키는 내용이다. 이와같이 퍼스의 기호분류 유목을 웹장르 요소에 대입시켜 그림7)과 같은 커뮤니케이션 체계의 모델을 설정해 볼 수 있다.

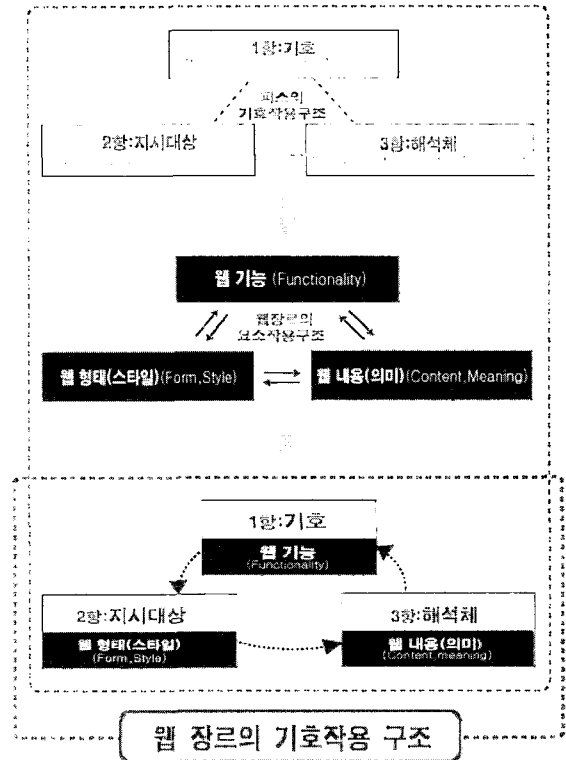


그림7) 웹장르의 커뮤니케이션 체계 모델

퍼스의 기호론에서 해석체는 지시대상에 의해 구체화될 때 발생할 수 있는 것이며, 다시 지시대상은 기호자체에 의하여 정의될 때 발생하는 것이다. 그러나 해석체가 기호대상으로 환원될 수 없는 것이며, 기호대상이 기호자체로 환원될 수는 없다. 이를 웹 장르 요소의 작용 구조에 적용해 보면, 웹의 내용(해석체)은 웹의 형태(지시대상)에 의해 구체화되는 것이고, 웹의 형태는 웹의 기능(기호자체)에 의해 구체화되는 것이라고 정의될 수 있다.

디자인에서 기능의 개념은 광범위한 명시적 의미를 가지고 있다. 기능은 유용성의 목표를 의미하는 것이며, 인간에게 유용함을 제공하는 목표와 마음을 끌 수 있는 것으로 경제적인, 정치적인, 기술적인, 미적인, 윤리적인, 환경적인 요소로 결정될 수 있는 것이다. 웹에서의 기능은 커뮤니케이션 수단으로써 의미작용을 수행하는 것이다. 기능과 형태는 모든 근대 디자인분야에서 추구해온 절대적인 명제이다. 새로운 커뮤니케이션 디자인분야인 웹은 기능과 형태와 함께 의미작용의 내용

이 추가적인 명제라고 앞서 언급했다. 그림7에서와 같이 기호이론이 적용된 웹사이트의 커뮤니케이션 구조 모델을 통해서, 웹의 형태는 기능을 따르고, 웹의 기능은 내용을 따른다 라는 논리의 전개가 가능하다. 따라서 이러한 논리에 의해 웹 커뮤니케이션 디자인에서 '형태는 기능을 따르고, 기능은 내용(의미)를 따른다' 는 가설이 성립될 수 있을 것이다. 웹 장르 요소들의 의미작용에 의해 장르의 특성을 담은 의미의 전달이 웹 커뮤니케이션의 궁극적인 목적이기 때문이다.

5. 결론

웹의 유형 분류에 대한 연구는 주로 사이트의 기능과 목적에 대한 해석에 의해 이루어졌으나 커뮤니케이션 이론과 장르 개념이 적용된 유형분류의 연구시도는 아직 없었다. 본고에서는 예술분야에서 그 실체의 구분을 위해 사용되는 장르 개념을 웹에 적용하여 웹 유형분류의 기준요소들을 고찰해 보았다. 또한 커뮤니케이션과 관련된 기호이론을 적용하여 장르 요소의 작용 구조를 파악하였다. 그리하여 웹 장르의 요소개념인 내용과 형태, 그리고 기능의 상호작용에 의한 커뮤니케이션 체계의 통합적 개념 모델을 정립하였다.

기호론을 통해 본 이 모델은 커뮤니케이션 미디어로서 웹의 기능은 기호자체이고, 형태는 기호의 대상이며, 해석체는 의미생산의 내용이라는 것을 보여주고 있다. 그리고 퍼스의 이론에서 기호대상은 기호를 따르고, 기호는 해석체, 즉 의미를 따르는 것으로 정의되어 있다. 따라서 웹 커뮤니케이션을 위한 디자인에서도 형태는 기능을 따르고, 기능은 내용을 따른다 라는 명제가 성립될 수 있다. 그리하여 웹의 기능은 먼저 내용(Contents)을 정의함으로써 형성될 수 있고, 웹의 형태(Form)는 기능(Function)을 정의함으로써 형성될 수 있으며, 웹의 내용은 형태에 의해 발화된다는 것도 정의될 수 있다.

살펴본 바와 같이 웹 커뮤니케이션과정에서 장르요소가 체계를 가지고 의미작용을 하는 것을 확인했다. 바로 이러한 웹 장르의 커뮤니케이션 체계의 개념정리에 본고의 의미가 있는 것이다. 디자인과정에서도 이러한 장르요소의 개념을 명확히 인식하고 그것들의 효율적인 통합체로서의 기능이 구현될 수 있도록 접근해야 한다.

앞으로 각 장르 내에서 세부적으로 일어나는 의미작용 요인과 내용(contents)의 유형 및 형성에 관하여 커뮤니케이션 디자인 관점에서의 논의로 더욱 발전될 수 있다. 또한 웹에서 장르별로 나타나는 형태 요소의 특성들이 외부환경의 변화에 의해 원래 장르 체계에서 새로운 스타일로 변화될 수도 있다. 이렇게 장르 자체의 융합현상이 계속됨에 따라 이에 관련한 디자인 문제의 연구도 지속되어야 한다.

현재의 커뮤니케이션체계의 진행은 이질적인 양식들의 결합, 의미전달의 상호작용성, 이동성증시에 따른 미디어나 표현매시지가 다양한 모습으로 변화되고 있으며, 웹 자체도 그 영향을 받아 여러 유형으로 나타나고 있다. 이러한 상황변화는 새로운 장르의 출현을 예상할 수 있으며, 이에 따른 명확한 장르의 개념정리를 통해 더욱 효율적인 웹 커뮤니케이션 디자인의 지표를 제시할 수 있어야겠다.

참고문헌

- 정시화, 현대디자인의 이해, 미진사, 1980
- 김춘호, 기업 웹사이트 구축 목적별 웹 고객 유지전략 선도도 연구, 석사논문, 1999
- Jennifer Fleming, 성공적인 웹사이트를 위한 웹 네비게이션, 한빛미디어, 2000.
- 박정순, 대중매체의 기호학, 나남출판, 1995, 137-147pp.
- M. K Danziger, W. S. Johnson, An introduction to literary criticism, Heath PB, 1961
- Albert N. Badre, Shaping Web Usability, 2002.
- Badre and Laskowsk, The Cultural Context of Web Genres, 2001.
- Salome Schmid-Isler. The Language of Digital Genres, HICSS. 2000
- H.D. Lasswell, The structure and function of communication in society, Lyman Bryson, 1948, p37.
- David Siegel, Creating Killer Web Sites, The Art of Third-Generation Site Design, Hayden Books, 1998.
- Tero Paivarinta, A Genre Approach to Applying Critical Social Theory to Information Systems Development, HICSS, 2000.
- 참고사이트**
- http://www.kcaf.or.kr/art500/kimsunwhoe/txt/rev3_1.htm
- <http://9977.zoa.to/MovieData/MData10.htm>
- <http://www.rankey.com>
- 정보**
- <http://www.naver.com/> <http://www.soodiet.co.kr>
- <http://www.seoul.go.kr/> <http://www.kg21.net>
- <http://www.scourt.go.kr>
- 비즈니스**
- <http://www.auction.co.kr/> <http://www.yes24.com/>
- <http://www.encyclean.com> <http://www.sec.co.kr>
- <http://www.hp.com/>
- 엔터테인먼트**
- <http://www.nkino.com/> <http://www.bugsmusic.co.kr/>
- <http://www.okcashbag.com> <http://www.cgvo.kr/>
- <http://www.lotto.co.kr/>
- 교육**
- <http://www.snu.ac.kr/> <http://www.edunet4u.net>
- <http://www.ybmsisa.co.kr/> <http://www.e-campus.co.kr/>
- <http://www.jaeminara.co.kr/>
- 뉴스**
- <http://www.yonhapnews.co.kr/> <http://www.hankooki.com/>
- <http://www.e-sisa.co.kr/> <http://www.sportsseoul.com/>
- <http://www.mk.co.kr/>
- 커뮤니티**
- <http://www.daum.net/> <http://www.sayclub.com/>
- <http://www.miclub.com/> <http://www.freechal.com/>
- <http://www.azoomna.com/>