

웹 그래픽의 비주얼펀(Visual Pun)적용 연구

A study on the visual pun for web graphics

조규창(Kyu Chang Cho)

연세대학교 디자인학부

오병근(Byungkeun Oh)

아주대학교 미디어학부

1. 서론

- 1-1. 연구배경과 목적
- 1-2. 연구방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 언어적 의미의 편(Pun)
- 2-2. 시각 언어적 의미의 편(Pun)
- 2-3. 비주얼 편(Visual Pun)의 적용의미

3. 비주얼 편(Visual Pun)의 구분

- 3-1. 직설적 편(Literal Pun)
- 3-2. 연상적 편(Suggestive Pun)
- 3-3. 비교적 편(Comparative pun)

4. 웹 디자인에서의 비주얼 편

- 4-1. 적용의미
- 4-2. 직설적 편(Visual Pun)의 적용
- 4-3. 연상적 편(Visual Pun)의 적용
- 4-4. 비교적 편(Visual Pun)의 적용

5. 결론

참고문헌

(要約)

편(Pun)은 언어사용에 있어서 수사학적 효과를 얻기 위해 사용되던 개념인데 비주얼 커뮤니케이션을 위한 디자인에서도 그 개념이 적용될 수 있다. 언어표현에서의 단어가 상징적 이미지로 대치되어 비주얼 편(Visual Pun)의 형식으로 커뮤니케이션 디자인을 위한 방법이 될 수 있는 것이다. 비주얼 편(Visual Pun)의 표현은 고대의 그림문자에서부터 현대의 회화 디자인 등의 시각 언어를 다루는 모든 분야에서 적용되었다.

시각 커뮤니케이션을 위한 비주얼 편(Visual Pun)의 표현 방법은 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 먼저 상징적 이미지를 통해 두 가지 이상의 의미발생을 하고 그 전체적 의미전달은 직접적으로 표현되는 직설적 편과, 하나의 상징적 이미지나, 또는 두 개의 상징적 이미지의 결합을 통해 다양한 의미의 발생이 이루어지면서 전체적인 의미를 암시적으로 표현하고 강화하는 것의 연상적 편이 있다. 그리고 유사한 두 가지의 상징적 이미지를 서로 비교하거나, 유사한 이미지들의 병치를 통해 전체적 의미를 강화하는 비교적 편으로 정의될 수 있다.

전통적 시각 커뮤니케이션을 위한 문법으로 활용되었던 비주얼 편(Visual Pun)의 개념은 다양하고 새롭게 나타나는 매체에서의 시각표현에서도 여전히 유효한 방법이 될 수 있다. 따라서

웹 사이트에 나타나는 상징적 이미지의 사용에도 비주얼 편(Visual Pun)의 개념이 적용되는 것은 자연스럽다.

웹 사이트에서 이미지의 구성형식은 전체 사이트의 차별성을 드러내는 가장 중요한 요소 중의 하나이다. 그러나 현재의 웹 사이트는 사용성과 같은 기능 위주의 디자인에 중점을 두다보니 그 형식이 점차 획일화되고 있으며, 이는 일정한 틀이 형성되어 디자이너들이 무의식적으로 따라가는 경향을 보이고 있다. 이런 상황에서 웹 디자인을 위해 비주얼 편(Visual Pun)의 개념 적용에 대한 새로운 인식은 웹 사이트에서의 상징성을 강화하여 정보전달의 의미를 강화할 수 있는 디자인방법이 될 수 있다. 그로 인해 다른 사이트와 구별되는 차별적 아이덴티티를 확보할 수 있고 보다 효율적인 커뮤니케이션이 이루어지게 하는 디자인 문제 해결을 위한 대안이 될 수 있는 것이다.

(Abstract)

The concept of pun was basically used to get rhetorical effect in verbal usage and it can be easily applicable to visual communication design. By substituting symbolic images for words of verbal expression, we can draw out some effective communication methods in forms of pun. For years, visual puns have been useful concept to convey a visual message from ancient hieroglyphics to modern arts and design.

There are essentially three categories of visual puns. Literal pun upholds the primary meanings of the message literally by picking up a key symbol to create two or more meanings, meanwhile suggestive pun is created when one symbol is used as a key symbol or two or more symbols are combined to create one key symbol that can suggest and strengthen meanings. Comparative pun can be defined two or more symbols of nearly the same appearance are combined or juxtaposed two or more times to enhance overall statement. The concept of visual pun used for traditional area can also be effective ways of new media communication. Thus it is natural to see the concept of visual puns in website. How to handle the images in website is the most critical point for differentiation. But recently, web site designers just seem to focus on somewhat functional aspect. There are certain types of web design formats, and many designers are tend to follow these routines unconsciously. In this situation, the new aspect of visual puns for web design can be a possible design method to fortify the overall message. Through this concept, we can build up some clear identity compared to other web sites and can get alternatives to perform more effective communication ways as a problem-solving process.

(Keyword)

web design, visual pun, communication design

1. 서론

1-1. 연구배경과 목적

편(Pun)이란 의미는 원래 언어의 활용 개념에서 시작되었다. 옥스퍼드 사전에 의하면 편이란 '두 가지 이상의 의미, 다른 의미의 결합, 비슷한 소리나 단어로 다른 의미를 전달하기 위해 장난스럽고 유머러스한 효과를 만드는 것이라고 했다. 유머러스하거나 혹은 수사학적 효과를 얻기 위해 특별히 말이나 말소리 등을 이용한 경우나 동음이의어 등과 같은 말장난으로 사실을 그대로의 표현이 아닌 간접적 형식으로 표현하므로써 그 의미를 더욱 풍부하게 하는 것이다. 이는 모든 형태의 언어적 커뮤니케이션에서 상투적인 표현보다 수용자로 하여금 보다 열린 마음으로 전달 의도를 이해할 수 있게 하는 효율적인 수단이 될 수 있다.

언어표현에 사용된 편 개념은 시각언어를 이용한 커뮤니케이션 방법에서도 활용되어 왔다. 즉 언어표현에서 편 효과를 위해 사용된 단어가 상징적 이미지로 대체되어 말이나 문장에서의 언어적 편이 비주얼 편 형식으로 시각 커뮤니케이션의 문제해결을 위한 방법이 될 수 있는 것이다. 시각 언어를 위한 비주얼 편 방법으로 어느 한 상징이미지를 두 가지 또는 그 이상의 의미를 암시하거나, 또는 다른 의미를 연상(聯想)하기 위해 사용하거나, 같거나 비슷한 형태 또는 비슷한 소리의 두 개 이상의 의미가 서로 다른 상징이미지를 사용함으로써 가능하다고 했다.¹⁾ 비주얼커뮤니케이션에서 시각적 요소들의 단순하고 평범한 나열이나 해석만으로는 현재와 같은 다양한 미디어를 통해 노출되는 수많은 이미지들에 묻혀 목표로서 하는 소구가 제대로 전달될 수 없을 것이다. 비주얼 편은 그동안 인쇄 매체를 중심으로 상징적 이미지 창조를 위해 디자이너들의 이러한 개념에 대한 인식에 상관없이 효과적인 표현 수단으로 활용되어 왔다. 훌륭한 아이디어로 구성된 상징성의 표현은 오랫동안 그 빛을 잃지 않으며 기억에 남게 하는 매력과도 같은 힘을 가지고 있음을 알 수 있다. 따라서 이러한 표현 수단은 현재 다양하게 나타나는 커뮤니케이션 미디어에서도 적용될 수 있는 시각적 문법과도 같다. 웹사이트와 같은 미디어에서 표현되는 여러 이미지들은 사이트 교유의 기능을 수행하기 위한 상징적 의미들이 포함하고 있다. 이러한 상징성의 구성 성격에 따라 웹사이트의 차별적 요소로 작용할 수도 있고 안할 수도 있는 것이다.

본고에서는 전통적인 인쇄매체의 문제해결 방법으로써 적용된 비주얼 편 의 이론구조와 적용효과를 좀더 명확하게 분류하고 재정립해 보기로 한다. 그리고 이러한 고정적이고 결정적 형태인 전통 인쇄 매체에서의 편 개념이 뉴미디어의 대표적인 형태인 웹의 공간에서 디자이너가 이를 의식적으로 적용했던 하지 않았던 간에 어떻게 실재화되고 있는지를 조사 분석함으로써 비주얼 편 의 뉴미디어에 대한 적용가능성과 비주얼 커뮤니케이션을 위한 문제해결의 대안을 제시하는 데 그 목적이 있다.

1-2. 연구방법

비주얼 편에 대한 개념적 연구를 본격적으로 시도했던 연구자는 엘리킨스(Eli Kince)라는 미국의 그래픽이자 디자인 교육자이다. 그는 1982년에 아트디렉터나 크리에이티브 디렉터들이 신문이나 잡지, 포스터 등의 전통 디자인 매체에서 어떻게 커뮤니케이션 문제를 해결할 것인가를 제시하기 위해 '디자인에서의 비주얼 편'(Visual Pun in Design)을 저술했다. 그는 이 책에서 비주얼 편의 정의와 구분, 그리고 시각 디자인에 적용된 사례 중심으로 정리하였다. 그 이후 이 개념은 비주얼커뮤니케이션과 관련된 저서나 논문에서 간헐적으로 언급되어져 왔으나 본래의 개념이 모호하게 해석되어 실질적인 이해가 어렵다.

본고에서는 엘리킨스의 비주얼 편의 의미를 기초로 보다 명확한 개념정리와 편 의 적용체계를 구분함으로써 그 의미가 이해되어 커뮤니케이션 디자인에 실제적으로 적용될 수 있도록 시도하였다. 그러한 개념정립을 바탕으로 이미 적용된 디자인 사례들을 찾아 분석해 봄으로써 실제적 적용의 의미를 파악할 수 있도록 했다. 또한 상징적 이미지의 활용은 커뮤니케이션 미디어의 확장인 웹 사이트에도 적용될 수 있다. 웹사이트는 그 매체적 특성에 맞게 웹 인터페이스를 위한 이미지, 버튼이나 아이콘 이미지, 애니메이션, 배너광고 등에서 상징적 표현의 적용은 필수적이다. 따라서 상징적 이미지를 위한 표현의 결과로서 비주얼 편의 어떻게 적용되고 있는지를 세계 각국의 사이트를 임의로 접속하여 조사해 보았다. 특히 우리나라 웹사이트는 사이트 접속 순위 정보를 제공하는 랭키닷컴(www.rankey.com)에서 사이트 카테고리별 상위 접속 사이트에 해당하는 500여 개 사이트를 접속하여 비주얼 편 의 적용 여부를 조사하였다. 이를 통해 외국의 사이트와 우리나라의 사이트에서 나타나는 상징적 이미지의 예를 비주얼 편의 개념 정리에 의해 구분된 기준을 바탕으로 분류하였다. 이는 전통적 비주얼 커뮤니케이션 디자인의 방법인 비주얼 편이 어떻게 웹사이트에 적용되고 있는지를 파악하고 이를 계기로 웹과 같은 새로운 미디어를 위한 디자인에 적용될 수 있는 방법으로 고려될 수 있게 하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 언어적 의미의 편

전술한 바와 같이, 옥스퍼드 영어사전의 정의에 의하면 두 가지 혹은 그 이상의 더 많은 의미, 다른 것과의 결합관계, 비슷한 소리나 단어로 다른 의미를 전달하기 위해 유머스런 효과를 만드는 것이라고 나와 있다. 또한 말장난, 동음이의어(同音異義語), 재담, 신소리 등으로도 번역될 수 있다.

엘리킨스(Eli Kince)는 편 의 의미를 다음과 같이 설명하였다. 편은 이탈리아어 '퐁티글리오(Puntiglio)'의 축약에 근원을 두고 있으며 그 의미는 요점(a fine point), 또는 케번(quibble)과 같은 의미이다. 불어에서의 편은 칼랑부르(Calembour), 혹은 쥘 드 모(jeu de mots)라는 어구로 표현되는데 그것은 '말로 유희하다(Play on words)'라는 의미이다. 독일에서는 브르트슈빌(Wortspiel)로 표현되고 역시 언어의 유희(Play word)라는 뜻을 가지고 있다. 이와 같이 편은 결국 언어의 유희라는 의

1) Eli Kince., Visual Pun in Design, 1982

미이며, 이것은 유머러스한 말장난일 수도 있고 진지할 수도 있고, 풍자적일 수도 있고 아이러니컬할 수도 있다는 것이다. 편의 의미인 언어적 유희라는 것은 소리에 의해, 글자에 의해, 또는 낱말을 자유자재로 활용함으로써 이루어진다.

프로이트(Freud)는 "Jokes and their relation to the unconscious"에서 편의에 대한 언급으로 최소한의 노력으로 얻을 수 있는 가장 낮은 단계의 언어적 조크이며 그것은 일종의 감성적 가벼움과 같은 것이라고 했다.

생물학자인 스콧 길버트(Scott F. Gilbert)는 과학적으로 편의에 대해 해석했는데 "편의 기초는 하나의 단어로 구분되거나 개념화된 카테고리들을 파괴하는 것이라고 했다. 편의는 금지된 관련성을 만들고 논리적으로는 결합될 수 없는 것을 결합시키는 것이며, 동시에 관념들의 경계를 파괴하여 사람들 간에 새로운 커뮤니케이션 영역을 창조한다고 했다. 심오한 편일수록 그것을 이해하는 사람들의 유대는 더욱 견고해지며 편의에 대한 반응은 상호간 동일감과 긴장완화와 같은 형식으로 나타난다. 편의 형태가 어이없거나 웃음을 자아내게 해도 그것의 의미가 이해된다면 그 형태상의 문제는 별 상관없이 보인다" 라고 했다.²⁾

분석철학자인 비트겐슈타인은 그의 언어철학에서 언어를 실재의 그림이라고 생각했고 언어철학을 '그림이론'이라고 불렀다. 그의 전기철학은 표상/재현이라는 전통 사유의 테두리에서 전개하였는데 언어는 세계를 그리는 명제들로 이루어진다고 했다. 명제들은 사건의 지각 가능한 표현이며 사고는 사실의 논리적 그림이고 세계에 대한 그림을 제공하지 못하는 명제들은 사이비 명제들이라고 보았다. 그는 언어의 사용을 언어놀이(Sprachspiel, Language game)라고 했는데 의미는 지시대상과의 관계보다 사용의 맥락에 중점을 두고서 분석될 수 있다고 했으며 이는 언어학에서는 화용론(Pragmatics)이라고 부른다. 이는 언어적 유희 즉, 편의와 같은 개념이 시각적 그림 형태와 관련성을 유추할 수 있는데 언어적 편의 시각적 언어의 편의로의 개념전이가 가능하다는 것이다.

2-2. 시각 언어적 의미의 편의

엘리 킨스(Eli Kince)는 그의 저서 '디자인에서의 비주얼 편의(Visual Puns in design)'에서 편의의 역사를 시각 커뮤니케이션의 중요한 도구로써 묘사했다. 비주얼 편의는 언어적 의미의 편의와 다르지 않다고 했다. 언어적 편의에서의 낱말을 상징적 이미지라는 것으로 대체시킴으로써 (낱말도 또한 상징이다) 비주얼 편의의 정의를 내릴 수 있는데, 이는 낱말로 된 편의(Verbal Pun)와 비주얼 편의(Visual Pun) 양쪽이 유사한 형식을 취하고 있기 때문이다. 비주얼 편의의 정의를 해보면, 둘 또는 그 이상의 의미나 서로 다른 관계를 나타내는 방법에 있어서 상징 이미지를 사용하는 것, 혹은 둘 또는 그 이상의 상징 이미지를 사용함으로써 서로 다른 의미를 갖고 있지만 서로 같거나 거의 유사한 모습을 나타내는 것이라 할 수 있다. 따라서 편의 이러한 상징적 이미지가 어떤 상황 안에서 두 가지의 의미가 가능하고 전체적인 의미가 더해질 때 그러한 방식이 이루어지는 것이다.

비주얼 편의는 고대 이집트의 상형문자나 고대 중국의 편지 양식 등으로 거슬러 올라가며 20세기에 들어 와서는 회화, 조각 건축, 디자인 등에 자주 등장하게 되었다고 했다. 1차 세계대전 후의 다다(dada) 예술가들이나 그림1)의 르네 마그리트(Rene Magritte)와 같은 초현실주의 화가들의 작품에서도 등장하였다. 초기에는 사물의 돌연한 마주침을 의도한 <데페이즈망>의 수법과, 무관하게 보이는 일상적인 이미지를 묘사하거나 초자연적인 상황을 설정함으로써 참신한 시적·신비적 회화공간을 연출하였다. 그 후 말과 이미지, 의미하는 것과 의미되는 것과의 관계를 추구한 작품을 제작하였다 르네 마그리트는 전혀 상관없는 사물을 병치시킴으로써 독특한 이미지를 드러내 보였다. 이후 이는 '팝아트'에도 영향을 주었다.³⁾

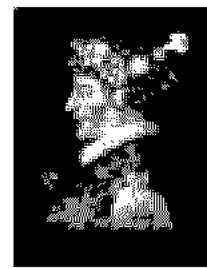


그림1) Rene Magritte 'L'art de vivre' 삶의 예술

그림2) Giuseppe Arcimboldo, Vertumnus. 1590-1591. Oil on wood.⁴⁾

16세기의 이탈리아 화가 아르킴볼도(Giuseppe Arcimboldo)는 그림2)에서와 같이 사람을 여러 종류의 과일들과 꽃과 채소 등 식물의 독특한 구성으로 각기 다른 캐릭터를 가진 사람으로 묘사하고 있다. 아르킴볼도의 대부분의 그림은 이와 같이 다른 형태(심벌)로써 구성되어 한 가지 또는 몇 가지의 다른 연상을 할 수 있는 새로운 이미지를 창조해 낸 것으로, 형태를 구성하고 있는 각각의 요소들은 원래의 이미지를 그대로 유지하면서 다른 요소와의 치밀한 조형적 결합으로 인해 새로운 형태를 창출하여 그 형태로 하여금 관람자들에게 다른 이미지를 연상할 수 있게 하였다. 이와 같은 형식으로 그의 스타일은 일종의 연상적인 개념으로 비주얼 편의를 전개시킨 화가라 할 수 있다.

편의 개념을 비주얼커뮤니케이션에 적용하면 언어대신 상징 이미지로 대체되어 커뮤니케이션의 문제 해결방법으로써 활용된다. 이는 비주얼커뮤니케이션의 표현방법인 일러스트레이션이나 픽토그램, 사실적 이미지의 합성, 타이포그래피 등의 표현수단을 통하여 이루어질 수 있다.

2-3. 비주얼 편의의 적용 의미

문학에 있어서 스토리의 전개는 주로 등장인물의 정신이나 내면적 묘사를 문자로써 전개시키고 주변상황도 문자로써 설명하게 된다. 그래서 작가는 주로 등장인물의 내면적인 편의의 전개에 초점이 맞추어지고 작품을 읽어 가는 독자도 주로 정신적이고 추상적인 의미의 지속적인 연결로 작품을 이해하는 것이다. 작품 속에 등장하는 배경에 관한 것은 작가의 묘사에

3) Eugene Garfield, Essays of information scientist, vol:10, p176, 1987

4) <http://www.abcgallery.com/A/arcimboldo/arcimboldo11.html>

2) Ibid. 11p

대한 독자의 단편적 상상으로 연결성이 떨어질 수밖에 없다. 그러나 문학작품을 구체적인 형식, 즉 영화와 같은 형식으로 발현되었을 때 작품의 배경에 등장하는 이미지는 더없이 중요한 상징적 의미 요소가 되며 등장인물의 내면적 묘사까지도 관람자는 상징적 이미지(기호)로써 이해하게 되는 것이다. 따라서 등장하는 상징적 배경들은 등장인물의 내면적 묘사보다도 더욱 치밀하게 구성되어야 전체적 플롯의 의미기호가 잘 전달되는 것이다.

관람자의 흥미도를 좌우하는 요소로써 주제에 미치는 영향이 많지 않더라도 등장하는 이미지(기호)들의 조작에 의해 그 내용 자체에 대한 흥미와 전달력에 많은 영향을 줄 수 있다. 흔히 창작 애니메이션에서도 볼 수 있지만 내용의 구성력이 아무리 뛰어나도 그 내용을 위한 기호적 이미지들의 조작이 서툴면 흥미도는 급격히 반감된다는 것은 주지의 사실이다. 또한 너무 설명적인 이미지기호는 관람자의 기대감과 호기심 그리고 긴장감을 떨어뜨려 맥이 없어 보이는 것인데 이러한 실수들은 빈번히 발생한다. 그러므로 언어적 편과 같이 말의 재주를 통해 대상자의 관심을 불러일으키는 것은 시각언어에 있어서도 동일하게 적용될 수 있는 것이다.

편은 원래 언어적 관념에서 출발한 의미이다. 유머러스하거나 혹은 수사학적 효과를 얻기 위해 특별히 말이나 말소리 등을 이용한 경우나 동음이의어 등과 같은 말장난으로써 사실을 있는 그대로 표현하는 것이 아니다.⁵⁾ 이러한 언어적 편 개념이 시각 커뮤니케이션에도 적용되어 왔다. 목표상황에 따라 다르겠지만 이미지 기호가 직접적으로 표현되어 관람자의 호기심과 상상력을 자극하지 못하면 그 만큼 효과는 떨어진다고 볼 수 있다. 특히 광고나 캠페인 등에서 쓰여지는 이미지 기호들이 전달하고자 하는 제품이나 내용을 직접적으로 표현된다면 구태의연한 표현이 되어 소비자의 기억효과가 반감될 수 있으므로 디자이너들은 항상 이러한 기호들의 색다른 조합을 찾고 있는 것이다.

편은 오랫동안 전통적 매체를 위한 시각언어의 표현 방법으로 이용되어 왔다. 근래의 새로운 매체의 등장도 결국 전통적 매체의 역할을 대체, 혹은 확장하는 것이고 시각언어의 문법사용의 차이는 다소 있지만 큰 구조는 같다고 볼 수 있다. 웹사이트 디자인에서 비주얼 편은 기존의 웹사이트 기능성과 사용성의 주된 관심영역을 커뮤니케이션에서 중요한 영향 요소인 감성적 요소를 강조하는 것으로 이와 같은 논의는 앞으로 많이 일어 날 것이다.

3. 비주얼 편(Visual Pun)의 구분

3-1. 직설적 편 (Literal Pun)

가식적인 꾸밈이나 연상 작용 없이 시각적인 재치를 부림으로써 해서 직접적으로 메시지 상에 일어나는 편 효과는 직설적 편이라고 한다. 그림3)에서와 같이 편 효과를 위해 선택된 주요 상징 이미지는 적어도 두개의 의미들을 생산하며, 각각의 것들은 원래의 메시지를 확실히 반영하고 있어야 한다. 다른 유형의 편과는 달리 직설적 편이 나타내는 여러 의미들

은 서로 불균형이나 충돌이 일어나지 않으며 그 의미들 또한 직설적으로 본래의 메시지를 전달하게 된다.

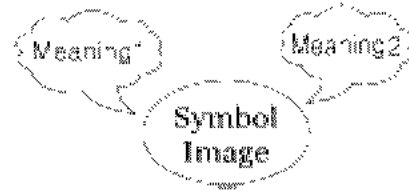


그림3) 직설적 편(Literal pun)의 의미발생 형식

그러나 직설적 편은 메시지의 단순한 시각적인 해석과는 구별되어야 한다. 시각적인 해석은 단지 구어적인 메시지의 정의에 지나지 않으며, 메시지를 하나의 매개에서 다른 곳으로 전달하는 역할에 불과하기 때문이다. 직설적 편 효과는 기본적으로 3가지 방식에 의해 만들어지는데, 첫 번째는 두개의 의미를 가지고 있는 주요 상징이미지들을 찾아내어 적용하는 것에 의해서, 두 번째는 상징 이미지들의 절묘한 조합에 의해서, 세 번째는 상징 이미지들을 교묘하게 처리 및 조작하는 것에서 표현될 수 있다.

본래 두개의 의미를 가진 상징이미지만 다른 언어적인 형식으로 나타내어지는 시각언어를 말하는 것으로 그림문자와 같은 형태의 문자가 처음 발명 될 시기부터 도입된 것으로 볼 수 있다. 그림4)는 1981년 미국의 디자이너인 폴 랜드(Paul Rand)가 디자인한 아이비엠(IBM) 이미지 포스터이다. 눈의 이미지(eye)를 알파벳 I(아이)로 꿀벌(bee)을 B로 대체한 재치를 통해 편 효과를 보여주고 있다. 같은 소리를 내는 상징이미지가 언어적 형식을 시각적으로 쉽게 전이시켜 보여 주는 예이다. 단어들과 상징이미지들 사이에 직접적인 시각적 연결은 없지만 일단 말해지면 메시지의 의미는 그대로 전달되는 것이다.



그림4) 폴 랜드(Paul Rand)의 IBM 이미지 디자인⁶⁾

상징이미지들의 결합에 의한 편 효과는 다양한 부분들을 선택하여 재배치하거나, 요소들을 대체하거나, 그것들을 덧대어 놓는 과정을 통해서 얻을 수 있다. 상징적 의미가 얼마만큼 변하는 가 본래 가지고 있는 의미의 가독성이나 친밀감에 따라 달라질 수 있다. 요소를 강조하거나 평이했던 이미지를 주목하게 하는 상징요소들의 결합과정을 통해 다른 차원의 의미상승 효과를 도출해 낼 수 있게 된다. 또한 상징 요소를 강조하거나 크기를 축소 또는 확대, 왜곡하는 이미지의 조작을 통해 상징의 특징과 메시지를 강조할 수도 있다. 하지만 앞서 언급한대로 편 효과 대신 단순한 시각적인 해석에 그칠 수도 있다. 이와 같이 직설적 편은 아이디어나 느낌, 의도 등을

5) Claire Dormann, Web Design: using rhetorical figures, Center for Tele-Information, 2000

6) Paul Rand, A Designer's Art, p136, 안그라픽스, 1997

단순하고 직접적인 방법으로 효율적인 의사소통을 하게 한다. 직설적 편은 전달하려는 메시지가 너무 복잡한 해석을 요구하지 않기 때문에 소구대상은 그것을 접하는 순간 산뜻한 기분과 여유와 쾌치를 직접적으로 느끼게 된다. 직설적인 편은 대부분의 사람으로부터 반응을 일으키고 본능적으로 이해되지만 이와 같이 명료하게 전달되도록 하는 접근방법은 또한 창작하기 어려운 것이라고도 할 수 있다.

3-2. 연상적 편 (Suggestive Pun)

연상적 편은 언어 의미론적 편 형태를 시각적으로 표현한 것이다. 즉 다른 의미를 암시하거나 함축하기 위해 하나의 단어를 사용하는 대신 상징적 이미지를 사용하는 것이 연상적 편이라고 할 수 있다. 그림5)에서와 같이 하나의 주요 상징 이미지나, 두개 이상의 상징 이미지가 결합되어 새로운 상징성을 만들어 내는데 이들은 동시에 두 가지 이상의 함축된 의미를 암시하거나 연상하게 한다. 이로 인해 각각의 의미 생성이 여러 갈래로 다양하게 나타날 수 있지만 전반적인 의미 전달을 위해 적절하다고 볼 수 있다.

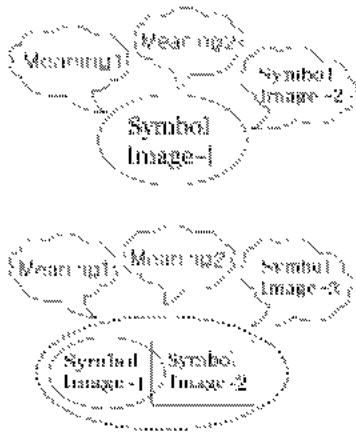


그림5) 연상적 편(Suggestive pun)의 의미발생 형식

중요한 하나의 상징 이미지에 의미의 이해를 위한 초점이 모아지기 때문에 연상적 편은 쉽게 구별될 수 있다. 연상적 편 의 상징 이미지는 시각적으로 용도에 맞게 이미지를 대체하거나 변형, 조작 등을 통해 가능하다. 그것은 서로의 의미를 강화시키기도 하고, 유사 또는 상이, 일치 또는 대립 등과 같은 상반된 이미지구성으로 표현되기도 한다. 하나의 상징 이미지가 있다면 그것은 두개의 의미영역을 동시에 가지고 있어야 하고 그 의미들은 전체 맥락 속에서 메시지 연결에 기여해야 한다.

그림 6)의 폴 랜드가 디자인한 레터링은 쇼핑의 로고 형태가 피아노 건반의 이미지를 연상하게 함으로써 하나의 상징 이미지에 두 개의 의미를 나타내는 연상적 편 의 예라고 볼 수 있다.

연상적 편을 위한 이미지 구성 방법은 몇 가지로 더 세분화시켜 볼 수 있다. 즉, 과거의 경험이나 기대감을 줄 수 있는 것, 상징의미가 비슷한 이미지로의 대체, 이미지 조작, 그리고 새롭고 독특한 방법으로 상징 이미지의 부분들을 결합하는 것으로 다음과 같이 정리될 수 있다.

1)과거 경험에 의존: 이미 알고 있는 이미지나 의미를 이용할



그림6) 폴 랜드의 쇼핑을 위한 레터링 디자인⁷⁾

때 본래의 이미지와 의미에는 변화를 주지 않는다. 편 효과는 어떻게 상징적 이미지가 전체 의미를 창조해 내는데 사용되는가에 달려있다. 이러한 편 의 방법은 메시지를 분명하게 전달하고 즉시적이고 효과적인 방법으로 두 가지의 메시지를 전달하기 때문에 TV 광고나 제품 패키지, 또는 표어 등에 이용된다.

2)상식의 파괴: 일반적으로 익숙해져 있는 형식을 탈피함으로써 다양함, 흥분, 놀라움이 만들어질 수 있으며 여기에 사용된 상징 이미지는 친숙한 것들이어야 한다. 상징적 이미지를 과장하거나 의인화하는 조작을 통해서 시각적 의외성을 표현하므로써 유머러스하거나 지적인 편 의 효과로 인식될 수 있다.

3)대체방법: 편 의 가장 순수한 형식 중의 하나인 대체의 방법은 하나의 단어나 이미지를 다른 것들로 대체시키는 것이다. 이 방법에서는 대체시키는 형태가 의미강화 요소로 작용해야 하기 때문에 중요하다.

4)이미지조작: 이미지의 교묘한 조작을 통해 새로운 의미를 연상하거나 암시하게 한다. 연상적 편은 편 효과로 만들어진 두 번째 의미가 반드시 원래의 메시지를 강화할 필요가 없기 때문에 직접적 편보다 이미지 조작을 통해 상징 이미지를 반복하거나 배치하거나 확대하는데 있어서 훨씬 자유스러운 표현방식이라 할 수 있다.

5)이미지결합: 결합의 방법도 의미발생이 반복되지 않아도 되기 때문에 연상적 편을 만드는데 있어서 더욱 자유롭게 이용할 수 있다. 이것은 진지한 것부터 재미있는 것까지 새로운 의미의 범위를 확대할 수 있고 종종 상징 이미지는 그것의 메시지가 전에 창조해진 의미를 능가하는 방법으로 결합되어 새로운 관심을 낳게 한다.

디자이너들은 의사소통을 위해 다른 형식의 편보다 복잡한 아이디어나 개념, 그리고 느낌을 연상적 편으로 표현하는 경우가 더 많다. 그것은 메시지를 더욱 생동감 있게 전달하기 위한 느낌이나 분위기를 만들 수 있게 하기 때문이다. 하나의 상징, 또는 2개 이상의 형태가 결합되어 보여지는 역설적인 상황묘사는 연상적 편 의 내재된 강력한 효과이며 통상 하나의 의미는 쉽게 알아챌 수 있지만 그 다음에 인지되는 두 번째 의미는 편 의 효과로써 놀라움과 감흥을 줄 수 있기 때문이다. 하나의 형태를 반복함으로써 두 가지 의미를 사용하는 직접적

7) Ibid, p118

편과는 달리 암시적 편은 반복적인 것뿐만 아니라 다른 다양한 의미를 발산하고, 반대 또는 대립되는 관점까지도 표현한다. 그 결과로 보는 사람은 이미지들의 일치될 수 없는 의미나 전체적인 메시지의 작용을 통하여 자극을 받게 되는 것이다. 이미지로부터 특정 메시지를 창조해 내고 향상시키기 위해 선택하는 상징적 요소의 활용은 무한하다. 기호학적 심벌일 수도 있고 숫자, 글자 또는 사물의 형태일 수도 있다. 문제는 이런 다양한 편 의 모티브들이 어떤 형태로 조합되고 변형되어 새로운 의미창조에 기여하는냐는 것이다.

3-3 비교적 편 (Comparative Pun)

비교적 편은 같은 단어를 두 번 이상 사용하여 효과를 유발하는 동음이의어의 언어적 재치에 기본을 두고 있다. 그림7과 같이 똑같은 두개, 혹은 거의 같은 두개의 형태들이 비교되어 지거나, 똑같은 상징 이미지들이 두 번 이상의 반복적인 병치를 통해 이루어진다. 비교적 편은 부가적인 의미생산이나 의미의 강화 효과를 유발하며 새로운 해석을 낳게 하는 비교의 과정을 통해 창조되어진다. 비교적 편은 직설적 편이나 연상적 편과는 다른 구조를 가지고 있는데 그것은 비교적 편이 주로 이미지 대체의 방법을 통해 편의 효과를 얻는다는 것이다. 그러나 비교적 편은 이미지 대체 기법 뿐 아니라 이미지의 조작이나 결합의 기법에 의해서도 만들어지는 것이다.

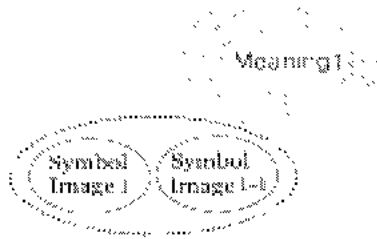


그림7) 비교적 편(Comparative pun)의 의미발생 형식

1)대체: 같은 형태로 된 두 개의 상징 이미지를 첨가하거나 제거하는 것이 대체 효과의 필수적인 방법이다. 연상적 편 대체 방법과 유일하게 다른 점은 두 개의 유사한 이미지가 역시 유사한 상황에서 편 효과를 만들어 전체적인 메시지가 새로운 느낌을 주어야 하는 것이다.

2)조작: 직설적 편과 암시적 편처럼 상징 이미지의 배치, 확대와 축소, 왜곡을 통하여 비교적 편을 창조해 내는 방법이다. 직설적 편처럼 원래의 메시지를 반복해야 할 필요가 없기 때문에 직설적 편보다 더 자유롭게 이용할 수 있다. 두 개의 상징이미지가 있어 서로 비교나 대비가 되면서 전체적인 의미를 강화해 주기 때문이다.

3)결합: 광범위하고 미묘한 의미전달에서도 두개의 상징 이미지의 조작과 대체의 결합을 통해 표현이 가능하다. 그림8)은 마이클 바이어러트(Michael Bierut)의 뉴욕 국제디자인센터의 행사를 위한 초창장 디자인이다. 진보적 국제 건축 가구상과 NASA 디자이너의 우주선 인테리어 강좌의 두 가지 행사를 위하여 유사한 상징적 이미지를 병치했다. 각각의 이미지는 두 행사의 상징성을 나타내고 있는 것으로 비교적 편 의 형식을 빌어 표현된 것이다. 이를 통해 상징이 만들어 내는 메시지가 불분명해 보일 수도 있지만 의도적인 디자인 형식을 통

해서 메시지가 이해되고 상징을 발견하는 과정이 바로 효과적인 편을 만들어 내는 것이다. 디자이너는 상징이미지로서의 활용 가능한 범위를 알아야만 하고 편을 창조 할 때 그것이 어떤 의미를 전달하는지 명확히 인식해야 하는데, 특히 비교의 편을 제작할 때는 더욱 그렇다.

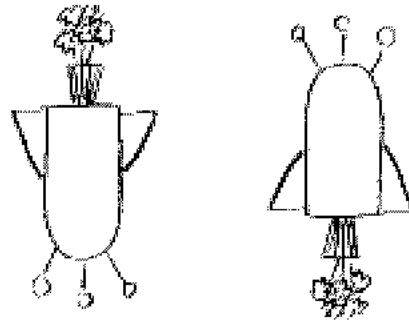


그림8) 마이클 바이어러트(Michael Bierut)의 초창장을 위한 상징 이미지⁸⁾

세 가지 유형의 편들은 가장 기억에 남을만한 잠재력을 가지고 있는데 역시 그것들이 어떻게 다루어지느냐에 따라 달려있다. 선택된 상징들이 같이 놓여져 있을 때 상호간 역할을 하며 작용을 일으키는 것은 일종의 예술과도 같은 매력이 있다. 사람들이 다양한 상징들에 대해 어떻게 지적이고도 직관적으로 반응을 일으키는지를 민감하게 관찰한다면 의미 있는 메시지를 만들어 내는 명확한 상징을 창조해 낼 수 있는 것이다.

4. 웹 디자인을 위한 비주얼 편

인쇄매체에서 비주얼 편 의 작용은 고정된 상징적인 이미지를 통해 의미발생이 이루어지고 이는 소구대상이 이성적 또는 감성적 해석을 통해 그 의미에 대한 이해와 공감형성 과정을 거치는 것으로 진행된다. 이에 비하여 웹은 네트워크와 하이퍼미디어로써 상호작용, 그리고 동영상이나 사운드 애니메이션의 멀티미디어 적용을 특성으로 하는 동적인 매체라 할 수 있다. 따라서 웹의 효율적 커뮤니케이션을 위해서는 이와 같은 매체적 특성에 맞는 비주얼 요소의 적용이 필수적이다. 특히 웹은 그 목적이나 장르에 따라 상징적 요소의 구성체계가 달라질 수 있다.

디자이너들은 웹사이트의 내용과 형태를 어떻게 구성할 것인가 결정하기 위해 잘 짜여진 현실 상황의 실제, 혹은 메타포 등의 비주얼 요소를 이용한다. 그들의 현실세계 경험을 바탕으로 사람들이 갖는 일반적인 기대를 충족하기 위해 이것을 이용하는 것이다. 현실세계의 경험은 상징적 요소의 이해를 위한 토대를 제공하기 때문이다. 쇼핑사이트는 현실세계의 쇼핑공간처럼 쇼핑카트, 상품구분, 통로 등이 상징을 위한 이미지요소로 사용된다. 사용자들은 현실세계에서 익숙한 형태를 인식할 수 있어야 방문한 사이트를 편안하게 이용할 수 있게 되기 때문에 이미지는 다소 직설적이며 애니메이션 등과 같은 멀티미디어의 활용으로 설명적 표현이 많다고 볼 수 있다. 그러나 웹에서도 커뮤니케이션 디자인의 방법적 요소는 다른

8) Beryl McAllhone, A smile in the mind, p172, Phaidon Press Ltd, 1996

매체와의 상호 연관성을 가질 수밖에 없으며, 커뮤니케이션 도구로서의 목적은 거의 유사하다. 따라서 그 매체적 특성과 상관없이 구성되는 이미지 요소들은 상징성을 갖고 있으며, 그것은 이미지의 결합이나 조작, 병치 등을 통해 이루어지므로 인쇄 매체에서의 비주얼 편 의 개념이 동일하게 적용될 수 있는 것이다.

웹의 비주얼 요소는 몇 가지 필수적 요소로 구분해 볼 수 있다. 먼저 아이덴티티를 통해 그 사이트의 성격을 표현한다. 아이덴티티를 표현하는 심벌과 로고, 일러스트레이션, 사진과 같은 상징이미지 등에 의해 결정되므로 이러한 상징적 요소들은 인쇄매체의 디자인 형식이 그대로 적용되는 부분이다. 웹의 기능성을 대표하는 버튼이나 아이콘 이미지도 강한 상징성을 가지고 있는 비주얼 요소이다. 직관적인 정보를 제공해야 하는 아이콘이나 버튼의 특성에 따라 그 요소도 다소 직설적인 표현이 많음을 볼 수 있다. 애니메이션은 시간과 내러티브가 결합하여 사운드와 움직임의 시퀀스를 통하여 커뮤니케이션이 이루어지기 때문에 인쇄매체의 고정적이고 결정된 이미지와 달리 동적이고 비결정적인 이미지의 전개로 커뮤니케이션 방법의 차이가 있다. 채택되는 이미지요소들의 동적 구성과 사운드는 상징 요소로써 표현된다. 따라서 애니메이션과 같은 멀티미디어 기반 표현방식은 정적인 비주얼 편이라기보다 동적인 비주얼 편 의 개념으로 해석이 가능하다. 또한 웹의 인터페이스를 위한 상징적 이미지는 사용자가 현실적 상황이나 과거 경험으로부터 친밀하게 느낄 수 있게 하고 직설적 표현 요소를 채택함으로써 직관적 인터페이스의 이해를 돕게 하는 기능적 역할이 증시하게 된다고 볼 수 있다. 이와 같이 웹에서의 비주얼 편 의 적용은 웹 아이덴티티와 인터페이스 요소, 다양한 목적의 애니메이션과 배너광고 등의 멀티미디어적 표현으로 나타나며, 그 요소를 앞에서 논한 직설적 편, 연상적 편, 비교적 편 의 세 가지 기준을 근거로 분석해 볼 수 있겠다.

4.1. 직설적 편 의 적용

가시적인 꾸밈이나 암시적인 표현이 아닌 상징물이나 이미지 등의 재치있는 활용을 통해 직접적인 의미전달 효과를 유발하는 편이다. 웹에 나타나는 이미지 중 직관적 의미전달이 필요한 사이트의 아이덴티티 요소나 홍보를 위한 애니메이션 등에서 찾아볼 수 있는데 아래와 같은 사이트에서 그 개념이 적용됨을 찾아 볼 수 있었다.

1) www.burberry.com : 버버리의 상징이라 할 수 있는 체크무늬를 기하학적 형태요소와 색상을 이용하여 단순한 애니메이션으로 표현한 것이다. 기하학적 형태가 체크무늬로 완성되는 애니메이션을 통해 버버리의 전통적 상징 이미지를 직설적으로 전달하고 있다.

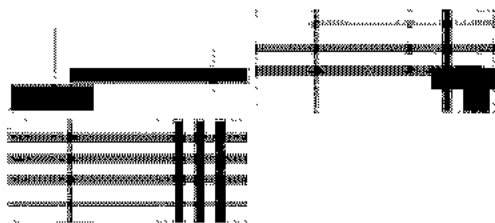


그림9) Burberry 웹 사이트를 위한 애니메이션

2) www.razorfish.com : 인터넷 비즈니스의 솔루션을 제공하는 이 회사는 메인페이지에서 등대와 기하학적 형태의 결합으로 배의 이미지를 형상화하고 있다. 이러한 이미지의 상징을 통해 인터넷 비즈니스를 위한 안내자 역할을 할 수 있다는 것을 직접적으로 표현하고 있는 인터페이스 디자인 형식이다.



그림10) Razorfish 웹사이트를 위한 인터페이스 이미지

3) www.quitnet.com : 담배꽂초 이미지와 도메인 이름과의 결합으로 담배 끊기를 위한 사이트의 목적을 직설적으로 표현한 것이다. 비벼 끈 담배꽂초 이미지가 로고와 결합되어 담배 끊기의 의미를 강화하고 있으며, 사이트의 아이덴티티를 반복적인 의미생성을 통해 직접적으로 표현되었다.



그림11) Quitnet 웹 사이트를 위한 아이덴티티

4) www.haring.com/master_locations.htm : 케이트 하링의 일러스트레이션이 전 세계에서 전시되고 있음을 지구와 어린이 그것을 둘러싸고 있는 맴의 이미지로 표현했다. 개별적 상징 이미지들의 결합과 조작으로 전 세계라는 의미를 직설적으로 전달하고 있는 직설적 편 의 예로 볼 수 있다.

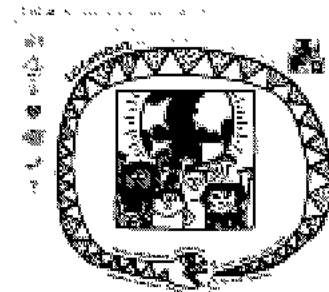


그림12) Keith Haring 웹 사이트를 위한 일러스트레이션

4.2. 연상적 편 의 적용

연상적 편 은 하나의 주요 상징 이미지나, 두개 이상의 상징 이미지가 결합되어 새로운 의미를 만들어 낸다. 또한 이들은 동시에 두 가지 이상의 함축된 의미들을 암시하거나 연상하게 하기도 한다. 웹 사이트에서는 아이덴티티의 간접적 표현이나 홍보를 위한 상징적 이미지들의 결합, 조작을 통해 전달하고자 하는 의미를 드러내는 것으로 다음과 같은 웹사이트에서

연상적 편이 적용되고 있음을 알 수 있다.

1) www.ixtsolutions.com : 전체적인 형태 요소인 우표는 전달을 상징하는 이미지이며, 그 안의 문서 이미지는 데이터를 나타내며 이동되고 있는 모습으로 표현되었다. 불안한 데이터 상태 때문에 허덕이며 떨어질 것 같은 문서 이미지와 종이비행기 위의 여유 있는 사람의 이미지를 대비시켜 데이터 관리와 이동이 안전하게 이루어져야 함을 암시적으로 표현한 것이다.

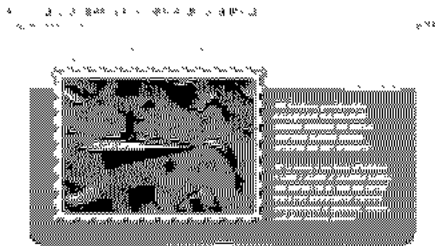


그림13) IXT솔루션 웹 사이트를 위한 일러스트레이션

2) leisure.vasava.es/font : 키보드 이미지에서 스페이스 바(space bar)의 형태부분을 조작하여 '키보드를 즐겁게' 라는 슬로건과 함께 새로운 의미를 만들어 냄으로써 연상적 편의 효과를 보여주고 있다.



그림14) Vasava의 웹 사이트를 위한 일러스트레이션

3) www.swatch.com : 패션시계를 신체에 입힌 이미지의 조합을 통해 마치 옷과 모자와 같은 형태가 연상되도록 표현되었다. 제품의 패션성과 편안함의 상징적 의미가 암시적으로 전달되도록 한 연상적 편이다.



그림15) Swatch 웹 사이트의 제품홍보 이미지

4) www.j.co.kr : 건강에 좋은 콩을 소재로 한 속옷이라는 의미를 전달하고 있다. 콩과 접시 이미지의 결합과 조작으로 속옷과 같은 또 다른 형태를 연상하게 하고 새로운 의미도 나타내고 있는 연상적 편 의 표현이다.

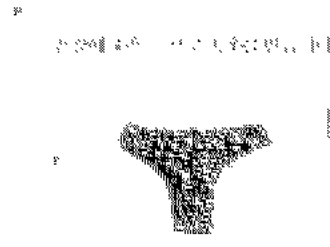


그림16) '좋은 사람들' 회사의 웹사이트의 배너광고

5) www.vidalsassoon.co.uk : 가위와 사람의 서로 다른 상징 이미지의 결합을 통해 사이트의 아이덴티티와 머리과 관련 있는 제품 이미지를 암시적으로 표현하고 있다.



그림17) Vidal Sassoon의 웹 사이트의 아이덴티티

4.3.비교적 편의 적용

비교적 편은 비슷한 두 개의 상징 이미지가 비교되어지거나, 똑같은 상징 이미지들이 두 번 이상의 반복적인 병치를 통해 부가적인 의미나 편 의 효과를 유발하는 과정을 통해 만들어진다. 웹에서 비교적 편의 적용은 주로 이미지 대체의 방법을 통해 그 효과를 얻는 것이며, 이미지의 조작이나 결합의 기법에 의한 조화에 의해서도 만들어질 수 있다. 아래와 같이 웹 사이트의 아이덴티티 강화나 배너 광고의 상징적 이미지 표현을 위해 적용될 수 있다.

1) www.hillmancurtis.com/new_hc/web_motion.shtml : 애니메이션에 등장하는 두 캐릭터는 형태가 유사하지만 서로 다른 역할로 비교되고 있는 비교적 편 의 표현이다. 아도비 캐릭터의 치마에서 아도비의 철학을 상징적으로 표현한 붉은 색 불의 이미지가 생기자 다른 캐릭터는 이를 끄려 한다. 아도비 캐릭터가 설명을 해주자 다른 캐릭터도 푸른색의 불의 이미지가 생기고 이는 다른 사람들에게도 계속 전파된다는 의미의 전개이다. 이 불길은 마지막에 아도비의 심벌마크로 변형된다.

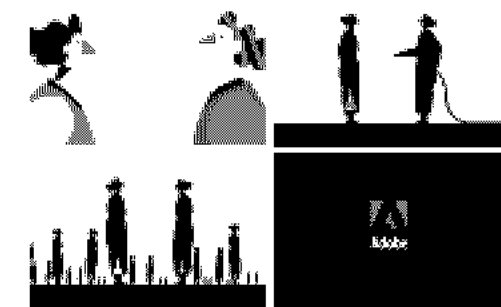


그림18) Adobe 웹 사이트의 홍보 애니메이션

2) www.digitas.com : 제복을 입은 사람들로 구성된 유사한 형태들의 병치이다. 제복의 색상을 다르게 하고 이를 비교하여 보이도록 하여 이것들이 국제적 서비스라는 의미를 나타내고 있는 것으로 유사한 형태의 병치를 통한 의미강화의 비교적 편으로 표현된 것이다.

Digitas

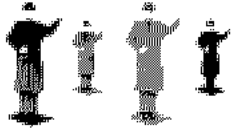


그림19) Digitas 웹 사이트를 위한 이미지

3) www.diesel.com/friendshipgallery/works : 디젤이라는 사이트에 전시된 작품으로, 두 캐릭터가 자유에 대한 주제 해석을 애니메이션을 통한 의미전개를 통해 서로 상반되게 표현하고 있는 비교적 편 의 예이다.

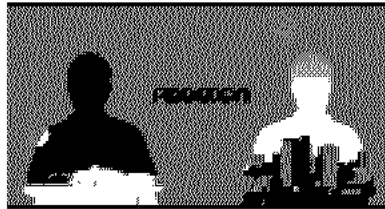


그림20) Diesel 웹 사이트의 작품 애니메이션

5. 결론

비주얼 편 의 개념 이해는 시각 디자인문제의 해결과정에서 흥미로운 독창적 이미지의 구성을 통해 커뮤니케이션을 보다 효율적으로 디자인할 수 있는 방법이 될 수 있다. 세 가지로 구분된 비주얼 편 의 개념이 그 구성방식이나 결과물에 있어 서로 유사한 부분이 있지만 그 접근 방법은 평범하고 설명적인 이미지의 구성보다 커뮤니케이션과정에서의 메시지 전달효과는 더 강화될 수 있다. 따라서 이러한 방법론을 찾아 연구하고 적용하는 것이 커뮤니케이션 디자인에 필요하다. 새로운 미디어를 위한 커뮤니케이션 디자인 관련 연구는 사용성을 중심으로 한 인터페이스의 효율성과, 상호작용 환경에서의 커뮤니케이션 방법이나 체계, 혹은 콘텐츠와 연관된 내용이라고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 본고는 커뮤니케이션 디자인을 위해 기존의 전통적인 접근방법을 웹과 같은 미디어를 위한 디자인에 적용될 수 있는 가능성을 탐구해 본 것이다. 현재 나타나고 있는 웹 디자인의 경향은 멀티미디어와 시각 이미지의 디자인형식에서 점차적으로 획일화되어 가고 있음을 볼 수 있다. 이는 비슷한 유형의 설명적 이미지사용이나 그래픽 인터페이스의 구성, 배너광고, 플래시 등 멀티미디어요소의 차별적 표현 형식이 부족하기 때문이다. 웹사이트가 정보의 효율적 전달을 위해 사용성과 같은 기능적 충족의 표현 제한이 있기는 하지만 현재는 디자인 문제 해결 방법에 있어 무의식적인 틀이 형성되어 있으며 디자이너들은 이에 익숙해져 있는 측면이 있다.

이러한 상황을 탈피할 수 있는 방법 중의 하나로 비주얼 편과 같은 개념을 적용한 디자인방법을 고려해 볼 수 있다. 즉 기존 매체를 위한 광고나 포스터 등의 제작을 위해 이용되는 비주얼 편 의 개념을 웹과 같은 새로운 미디어를 위해 재해석되고 적용할 필요가 있다는 것이다. 웹 표현수단의 장점이라 할 수 있는 사운드나 움직임을 활용한 멀티미디어 요소의 섬세한 표현과 비주얼 편 의 개념 결합을 통해 사용자에게 감각적 흥미와 호기심을 유발함으로써 관심을 이끌어 낼 수 있기 때문이다. 본문에서 제시한 사이트들은 이러한 시각요소 구성과 멀티미디어 활용으로 차별화된 상징성을 표현한 것들이다. 이는 기존의 획일적인 사이트에 비해 전반적인 컨텐츠를 더욱 창의성 있게 하여 다른 사이트와 차별화되고 관심을 끌게 하는 요소가 될 수 있다. 제시한 예에서 알 수 있듯이 비주얼 편 이 적용된 사이트는 대부분 외국 사이트이다. 우리나라 사이트는 랭키닷컴에서 분류한 19개 카테고리별 일일 접속자 순위로 총 525개 사이트를 접속하여 본 결과, 그 중 약 3%인 16개 사이트가 비주얼 편 의 개념과 유사한 형식이 적용된 것을 볼 수 있었다. 인쇄매체와 같은 형식의 고정적 이미지표현 형식이 대부분이고 애니메이션과 같은 멀티미디어요소를 활용한 편 의 표현은 많지 않았다. 그 밖의 다른 사이트들은 상징적 이미지 요소가 서로 유사하거나 개성이 부족한 형태의 구성이었다.

앞으로 디지털 기술을 바탕으로 다양한 미디어가 지속적으로 나올 것이며 이를 위한 시각 커뮤니케이션의 문제 해결의 필요성도 그만큼 요구될 것이다. 이런 상황에서 본고에서 고찰한 비주얼 편 의 개념과 같은 전통적 시각디자인 문법의 구조는 변하지 않을 것이며 이것을 어떻게 다양한 미디어에 응용할 것인가는 앞으로 지속적인 연구가 필요하다.

참고문헌

- Eli Kince,, Visual Pun in Design, 1982
- Eugene Garfield, Essays of information scientist, vol:10,1987
- Claire Dormann, Web Design: using rhetorical figures, Center for Tele-Information, 2000
- Beryl McAlhone, A smile in the mind, Phaidon Press, 1996
- Steven Heller, Graphic Wit, Watson-Guption Publication, 1991
- Paul Rand, A Designer's Art, 안그래픽스, 1997

참고사이트

- www.rankey.com
- www.abcgallery.com/A/arciboldo/arciboldo11.html
- www.burberry.com, • www.razorfish.com
- www.quintnet.com • www.haring.com/master_locations.htm
- www.ixtsolutions.com, leisure.vasava.es/font
- www.swatch.com, • www.j.co.kr
- www.vidalsassoon.co.uk
- www.hillmancurtis.com/new_hc/web_motion.shtml
- www.digitas.com
- www.diesel.com/friendshipgallery/works