

롤랑바르트의 기호학을 이용한 추상적 책표지 디자인에 관한 분석

이은영^{1*}, 김보연²

¹홍익대학교 국제디자인전문대학원 석사과정, ²홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

Analysis on the book cover design using Roland Barthes' Semiotics

Eunyoung Lee^{1*}, Boyeun Kim²

¹Dept. of Design Management, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

²Prof, Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

요약 본 연구는 추상적인 국내 책 표지 디자인의 신화를 분석함으로써, 롤랑 바르트의 기호학적 방법론의 적용 가능성을 알아보고 수용자들은 어떻게 받아들이는지 선호도 조사까지 시행하였다. 연구대상은 국내 출판사인 열린책들에서 30주년 기념으로 출간되었던 시리즈 중 <개미>와 <향수>를 선정하였다. 책표지디자인의 의미작용 분석 결과, 첫째, 롤랑 바르트의 기호학적 접근법은 추상적인 책표지디자인을 구성하는 시각적 요소의 기호현상을 파악하기에 적합한 도구임을 확인하였다. 둘째, 수용자들은 추상적인 형태의 디자인이 전하는 바를 잘 전달받고 있었지만 선호도 부분에 있어서는 개인적인 차이를 보여 확실한 결과를 얻기 어려웠다. 본 연구는 책표지 디자인에 나타나는 내면적 의미의 중요성과 함께 그래픽 디자이너들에게 전달자와 수용자 간의 상호작용이 이루어지도록 노력해야 한다는 시사점을 제공한다.

주제어 : 추상적, 기호학, 표지디자인, 롤랑바르트, 의미전달

Abstract By analyzing abstract book cover design, this study aims to examine the applicability of the semiotic methodology of Roland Barthes and to conduct a preference survey of how people would accept it. The selected books for the study are <Empire of the Ants> and <Purfume> published in Openbooks publishing company to mark the 30th anniversary of the opening. The research results are as follows. First, it was confirmed that Roland Barthes' semiotic approach is a suitable tool for identifying the symbolic phenomena of visual elements that constitute abstract book cover design. Second, people were well informed of what the abstract form of design conveys, but they showed personal differences in preference, making it difficult to achieve clear results. This study, together with the importance of the internal meaning that appears in the book cover design, gives graphic designers an indication that interaction between the communicator and the acceptor should be sought.

Key Words : Abstract, Book cover, Design, Semiotics, Roland Barthes

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

그래픽 디자인은 문자 또는 형상을 만들거나 선택하

고, 특정한 기술적 방식에 따라 표면에 배열하여 의미를 전달하는 것으로 정의한다[1]. 따라서 '효과적인 시각커뮤니케이션 디자인'이란 사용자가 이미지 텍스트를 비자동적으로 수신하고 텍스트가 함의하고 있는 메시지를 비

*Corresponding Author : Eunyoung Lee(hushmelody@gmail.com)

Received January 21, 2020

Accepted March 20, 2020

Revised March 2, 2020

Published March 28, 2020

관습적으로 해석해냄으로써 다양한 의미의 재생산을 가능하게 하는 것을 말한다[2]. 그래픽 디자인은 직관적인 표현을 통해 메시지를 전달하기도 하고 때로는 말하고자 하는 것을 은유적인 표현으로 나타내기도 한다. 어떤 표현이 더 좋다고 정의를 내리는 것은 어렵겠지만 디자인이 나타내고자 하는 의미가 수용자에게 잘 전달이 되는가가 가장 중요한 부분이다. 따라서 직관적인 표현에 비해 과학적이거나 논리적인 설득력이 떨어질 수 있는 표현법에서 수용자들이 얼마나 메시지를 잘 받아들이고 있는가는 중요한 문제이다. 따라서 은유적이고 추상적인 표현에서도 수용자가 디자인이 전달하는 바를 제대로 이해하고 받아들이는지 논리적인 분석과 과정이 필요하다고 느껴졌다.

본 연구의 목적은 그래픽 디자인 중에서도 추상적인 형태의 국내 책 표지 디자인을 롤랑 바르트의 기호학적 모델 분석을 통해 추상적인 디자인의 기호학적 방법론의 적용 가능성을 알아보는 것이다. 그리고 나아가 수용자들이 어떻게 받아들이는지 알아보고 기호학적 방법론이 전달자와 수용자 간의 상호작용에 도움이 되는가에 관한 시사점 도출을 기대한다.

1.2 연구 방법 및 범위

기호학은 상징체의 창조와 의미작용이 어떻게 이루어지는가를 연구하는 학문이다[3].

광고나 브랜드 등에서는 기호학을 통한 연구 사례가 많은 편이나 책 표지와 관련해서는 국내 연구가 부족한 실정이다. 표지디자인은 그 책의 정체성을 나타내기에 보다 실증적인 연구가 필요하다[4]. 따라서 본 연구는 그래픽 디자인 중 국내의 추상적인 표지 디자인을 중심으로 기호학적 분석을 하고자 한다. 선행연구 및 관련 자료로 문헌연구를 한 후, 연구대상으로는 출판사 '열린책들'의 30주년을 기념하여 발행한 12권의 에디션 시리즈 중 2권을 선별하여 <개미>, <향수> 두 가지의 표지를 분석한다[5]. 각 표지 디자인의 이미지는 온라인 책 유통센터인 YES24 웹사이트에 제시된 이미지를 사용하였다. 표지 디자인 일러스트의 시각적 요소인 색감과 일러스트를 이루는 조형적 요소들을 중심으로 분석하며, 기호학 이론은 롤랑 바르트의 기호론을 이용한다. 추상적 형태의 표지 디자인을 기호학적 분석 모델을 적용해 의미의 심층 구조를 파악하고 기호학적 방법론의 적용 가능성을 알아보고자 한다. 그리고 추상적인 책 표지가 전하고자 하는 메시지가 수용자들에게 잘 전달되고 있는지를 알아보기 위해 인덱스 인터뷰를 실행한다.

2. 이론적 배경

2.1 롤랑 바르트의 기호학

기호학은 넓은 의미에서 기호의 기능과 의미 작용에 대해 알아보고 나아가 기호의 표현과 의사소통과 관련된 다양한 시스템을 연구하는 학문이다[6].

롤랑 바르트는 문자 언어를 비롯해 다양한 표상들로 나타날 수 있다고 하였다. 즉 담론뿐만 아니라 영화, 사진, 기사, 스펙타클, 스포츠, 광고 등과 같은 다양한 매체들이 모두 신화적인 파롤이 될 수 있고, 소재가 어떠한건 의미작용은 자의적으로 이루어진다. 이미지가 의미를 만들어내는 범위에 있어서 이미지는 문자 언어와 일치하는데, 만약 어떤 사물이 어떤 것을 의미할 수 있다면 그것 자체가 파롤이 되는 것이다[7].

페르디낭 드 소쉬르(Ferdinand de Saussure)에서부터 비롯된 기호학에서 사회, 문화적 맥락 속에서 창조되는 기호는 기표와 기의의 총체이다[8]. 기표는 지각적인 차원에서 인간의 감각기관으로 알아챌 수 있는 시각적 요소로 의미작용을 가능하게 한다. 기의는 인지 차원에서 기표에 의해 감추어진 의미작용의 내용을 뜻한다[9]. 소쉬르는 기호를 기표와 기의로 구분한 반면, 롤랑 바르트는 1차 기호 체계와 2차 기호 체계로 구분하여 해석하였다. 기표와 기의가 결합하여 새로운 기표가 형성되며, 이것은 곧 의미작용이라 설명할 수 있다. 바르트는 신화도 하나의 전달체계임과 동시에 의미작용이라는 인식의 기호학적 관점에서 출발하였다[10]. 기표의 이면에는 항상 기의가 있듯이 모든 시각적 요소 뒤에는 어떤 의도된 연상이 연결되어 있다고 하였다[11]. 기호의 기표와 기의가 어떤 결합 관계를 갖는가는 Table 1.의 롤랑 바르트의 의미작용 모델을 보면 매커니즘을 보다 쉽게 이해할 수 있다.

Table 1. The Second Order Semiological system

Myth	III. Sign(signification)	
Connotation	I .sr(form) 1.sign	II .sd(concept)
Denotation	1.sr (form)	1.sd (concept)

'1.기표'단계에서는 기표에 부과된 사전적 혹은 명시적 개념의 '1.기의'가 결합되어 외시적 차원의 '1.기호'가 성립된다. 외시적 차원의 의미는 예를 들어, '개(犬)'라는 기

표에 대해 '개 과에 속하는 네 발 달린 동물'이라는 사전적 기의가 결합된 외시적 기호가 만들어지는 것이다. 이렇게 형성된 기호는 2단계의 의미작용체계에서 새로운 기표(I.기표)로 작용하여 '개'라는 기호에 내포된 사회 관습적이고 주관적인 의미를 새롭게 발생시켜 '주인에게 충성을 다하는 충직함', '맹목적인', '비열한', '인격적으로 저열한' 등의 다양한 기의(II.기의)를 유도한다. 이런 과정에서 추출된 'III.기호'는 본래의 '개'에 대한 외연적 의미에 덧붙여진 이미지 또는 수사학적 개념을 내포한 새로운 차원의 의미체로 나타나게 된다[12].

이러한 과정을 통해 추출된 기호(의미작용)는 본래의 기표에 대한 외연적 의미에 덧붙여진 이미지 또는 수사학적 개념을 내포한 새로운 차원의 의미체로 나타나게 된다. 바르트는 이러한 단계의 의미작용을 '신화(myth)'라고 하였다[13].

3. 연구조사

3.1 추상적 표지 디자인의 기호학적 분석

출판사 열린책들에서 30주년 기념으로 출판된 기념서적 중, <개미>와 <향수>의 책 표지 일러스트를 롤랑 바르트의 기호학에 따라 신화적 의미를 분석해보았다.



Fig. 1. Empire of the Ants Cover design

<개미>의 표지 디자인의 1차 의미작용인 외시적 의미는 파란색과 흰색, 검은색 컬러와 도형이 조합된 표지이다. 외시적 의미에 따른 공시적 의미는 다음과 같다. 파란색은 과학적인 느낌을 전달하고 책 표지에서 많이 쓰이는 색깔이다. 개미를 형상화한 타원과 네모의 형태가 모

여 책의 주인공인 개미를 연상되게 한다. 이들은 개미가 주인공으로 나오는 과학적인 문학이라는 신화를 불러일으키고 있다.

Table 2. Signification of Empire of the Ants cover design

Denotation	Sr	Book cover
	Sd	Cover with blue and white, black and shapes
Connotation	Sr	-Blue is the background color -Irregular but clustered shapes with multiple white ellipses and black squares
	Sd	-Passing scientific feelings in blue -A group of white ellipses and black squares resemble a group of ants flocking together
Myth		The myth of scientific literature about the ant

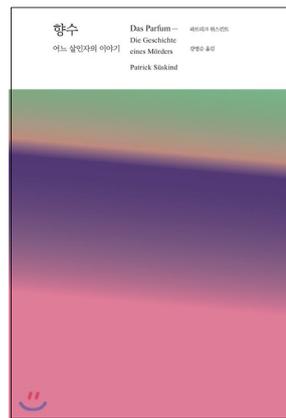


Fig. 2. Perfume Cover Design

Table 3. Signification of Perfume cover design

Denotation	Sr	Book cover
	Sd	Cover with various colors gradation
Connotation	Sr	Wide three color gradient cover
	Sd	The three categories symbolize top notes, middle notes, and base notes in perfumes
Myth		The myth of literature, the theme of nostalgia

<향수>의 표지디자인의 1차 의미작용인 외시적 의미는 여러 가지 색이 조합된 그라데이션 일러스트 표지이다. 외시적 의미는 2차 의미작용인 공시적 의미를 형성한다. 구분된 3가지 색의 그라데이션을 이루며 각각 향수의 탑노트, 미들노트, 베이스노트를 표현하고 있다. 따라서 이 표지는 책이 향수와 관련된 내용을 담고 있다는 신화를 형성한다.

3.2 수용자들의 심층 면접 분석

3.2.1 면접 대상자의 특성

추상적인 책 표지의 함의가 수용자들에게 잘 전달되는지, 그리고 의미전달과 선호도의 관계는 어떤지를 알아보기 위해 심층 면접을 실행하였다.

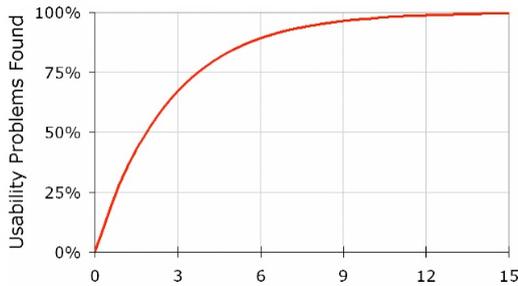


Fig. 3. Numbers of Test Users¹⁾

제이콥 닐슨이 소개한 이 그래프에서 5명을 인터뷰한 뒤 문제의 85%가 발견되며, 최소한 1명이라도 하면 25%를 확인할 수 있다는 점을 알 수 있다. 여러 요인을 고려해 단일 주제일 때 인터뷰 기본 인원은 현실적으로 6~8명 운영을 권한다[14]. 따라서 제이콥 닐슨의 사용성 테스트에 의거하여 면접 대상자는 6명으로 설정하였다.

면접 대상자들은 출판시장의 주 고객인 20~30대 여성들과 더불어 책 구매를 한 달에 한 번 이상하는 남성들로 구성하였다[15]. 면접은 2019년 9월 21일 합정동의 한 카페에서 진행되었다. 면접에 응한 6명의 면접 대상자들은 2, 30대의 다양한 직군의 종사자로 구성되었으며 개인 특성을 정리한 내용은 아래와 같다.

가칭 A(30대, 여, 회사원), 가칭 B(20대, 여, 회사원), 가칭 C(30대, 남, 직업군인), 가칭 D(30대, 남, 사업가), 가칭 E(20대, 남, 공무원), 가칭 F(30대, 여, 공무원) 이상의 6명이다.

3.2.2 심층면접 결과

우선 면접대상자들에게 추상적인 책표지 중 위의 Fig. 1이 전달하고자 하는 의미가 무엇이라고 생각하는지 질문하고 답변 받았다.

〈개미〉표지에 관해서는 6명 전원이 개미라는 키워드를 말하며, 추상적인 책표지가 의미하는 바가 제대로 전달되고 있음을 보여주었다.

Table 4. Answers of Empire of the Ants

Interviewee	Answers
A	I think it means community life. It seems that the ant is shaped.
B	Everything shown in a group is heading to one place. Are they trying to show the ants?
C	I think they are ants.
D	The pills seem to be scattered, and they seem to show ant's movements.
E	It looks like ants are gathered together.
F	It looks like a bunch of bugs. It's black so it looks like an ant.

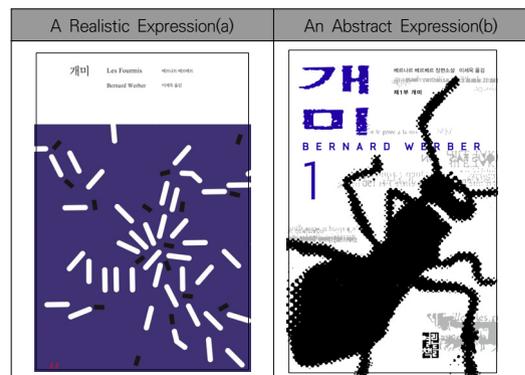
면접자들에게 위의 Fig. 2를 보여주고 얻은 답변들은 다음과 같다.

Table 5. Answers of Perfume

Interviewee	Answers
A	Looks like a visualization of perfume.
B	Paradoxically bright with the title of the subtitle.
C	I think the perfume is expressed in color.
D	It feels like an exotic scent.
E	It feels elegant and calm. I think it's a fragrance with autumn scent.
F	I think the color is very pretty. It is like a perfume that expresses the fragrance that is changing over time.

면접자 6명 모두가 〈향수〉의 추상적인 표지가 향, 혹은 향수를 연상시킨다고 대답하였다. 그래서 이후에는 추상적인 표현의 책 표지와 직관적인 표현의 책 표지 중 어느 것을 수용자들이 더 선호하는지 알아보기 위하여 추상적인 책표지(a)와 직관적인 책표지(b)를 보여주고 무엇이 더 마음에 드는지 고르게 한 다음 그 이유에 관하여 물었다. 자유로운 면접의 답변 내용을 기술한 것은 아래와 같다.

Table 6. Cover Design Comparison



1) 출처 www.nngroup.com

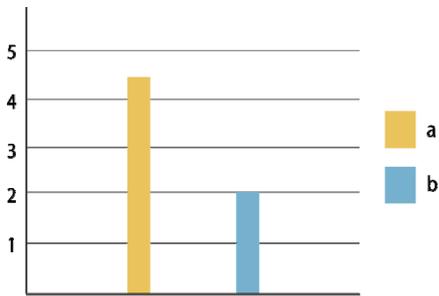


Fig. 4. Numbers of preference

〈개미〉의 직관적인 표현과 추상적인 표현의 책표지 중 선호도를 조사한 결과, 6명의 면접자들 중 4명의 면접자가 추상적인 표현의 표지(a)를 선호하였다. 면접자들이 선호하는 표지를 선택한 이유는 아래와 같다.

Table 7. Reasons of Preference

Interviewee	Answers
A	I like (a). Not expressing the object directly is better.
B	An abstract book cover is better. And I like to express neatly.
C	(a) is good. (b) is too realistic for the target.
D	(a) is better. The design is simple and I feel sense. (b) is old style.
E	(b) is better. It feels so abstract and sore.
F	(a) is better. I like the expression of ants not directly.

면접자들의 〈개미〉의 두 가지 표지의 선호도에 대한 이유는 모두 달랐다. 좀 더 논리적인 분석을 위해 〈향수〉 또한 표지 선호도 조사를 실행하였고 결과는 아래와 같다.

Table 8. Cover Design Comparison

A Realistic Expression(c)	An Abstract Expression(d)

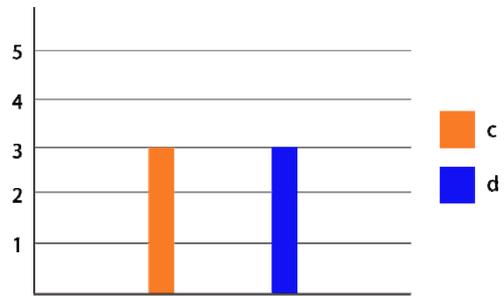


Fig. 5. Numbers of preference

〈향수〉의 직관적인 표현과 추상적인 표현의 책표지 선호도를 조사한 결과, 6명의 면접자들 중 3명의 면접자가 추상적인 표현의 표지(c)를 선호하였고 나머지 3명의 면접자는 직관적인 표지(d)를 선호했다. 이유는 아래와 같다.

자들이 선호하는 표지를 선택한 이유는 아래와 같다.

Table 9. Reasons of Preference

Interviewee	Answers
A	I like (d) more. I like the irony that an intense cover gives. (c) looks like a visualization of the perfume itself, but it's a pity that it does not have any content on the cover.
B	(c) is better. It looks more neat. (d) feels so scary at first.
C	(c) is good. I like color scheme.
D	(d) is good. I think it's more luxurious and well designed. (c) feels so profound.
E	(d) is better. I feel more curious.
F	I like (c). I think it seems like perfume. But it's not too direct.

인덱스 인터뷰의 결과를 정리해보자면 첫 번째, 면접자들은 추상적인 책 표지 디자인의 〈개미〉와 〈향수〉가 전하고자 하는 의미를 제대로 수용하고 잘 인지하고 있었다. 하지만 직접적인 표지와 비교에서 선호도 차이는 면접자마다 확연히 의견이 달랐다. 따라서 의미전달과 선호도와와의 관계에서는 연결고리가 없다는 점을 보여준다.

4. 결론

본 연구는 그래픽 디자인의 의미 체계를 기호학적 방법론을 통해 구조적인 시각으로 분석해보았다. 이러한 분석에 앞서, 기호학의 개념을 정리함으로써 분석에 필요한

기호학의 내용과 모델을 살펴보았다. 롤랑 바르트로부터 추출한 의미 생성 모형은 그래픽 디자인이 가지는 의미들이 신화로 확장되는 과정과 구조를 밝히기 위한 장치로 활용되었다. 롤랑 바르트의 기호학을 통해 추상적인 형태의 그래픽 디자인이 신화를 이루며 제대로 의미를 전달하고 있는지 알아보고 수용자들의 선호도 또한 함께 조사하여 추상적 그래픽 디자인이 나아가야 할 방안을 모색하고자 하였다. 이를 위해 질적 연구 방법인 심층면접법을 사용해 자료를 수집하였으며, 도출된 면접과 설문 결과의 결과를 기반으로 얻은 시사점은 다음과 같다.

첫째, 롤랑 바르트의 기호학적 방법론은 추상적인 그래픽 디자인을 분석, 연구하기에 적합한 장치임을 확인할 수 있었다. 추상적인 책 표지의 그래픽 이미지는 그것이 가지고 있는 다양한 조형성을 통해 수용자들에게 의미전달이 제대로 되고 있었다.

둘째, 추상적인 표지 디자인이 의미전달이 잘 된다고 해서 수용자들이 추상적인 표지 디자인을 선호하는 것은 아니었다. 디자인의 선호도에 따라서는 개인의 취향이 더 크게 작용하고 있었다.

결론적으로 본 연구에서 시도한 기호학적 방법론에 의한 그래픽 디자인의 의미 분석은 여러 가지 제한과 한계점이 있었지만 추상적인 그래픽 디자인의 의미전달을 논리적인 분석을 통해 고찰해 볼 수 있는 계기를 마련해 준다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

REFERENCES

- [1] Y. S. Park. (2017). *A Historical Study on Formative Conditions of Korean Modern Graphic Design*. Master's thesis. Hongik University, Seoul.
- [2] S. M. Seo. (2013). *Poetic Textuality of Visual Communication Design*. Doctoral dissertation. Hongik University, Seoul.
- [3] H. M. Han. (2008). *A Study on Semiotic Analysis and Consumer Attitude of Cosmetic Brand Logo*. Master's thesis. Ewha Womans University, Seoul.
- [4] S. H. Lee. (2017). *A Study on the Differences in Audience Significance by Type of Cover Design*. Master's thesis. Konkuk University, Seoul.
- [5] M. N. I M. (2016). *Openbooks publishing company, Published a set of 12 artists including Eco-Werber*. YNA(Online). <https://www.yna.co.kr/view/AKR20160906112200005?input=1195m>
- [6] Naver. (2010). *Semiotics*. Naver(Online).

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1171426&categoryId=40942&categoryId=31530>

- [7] Roland Barthes. (1995). *Mythology*. Seoul: Modern aesthetics.
- [8] H. J. Park. (2010). *A Study on Modern Art Appreciation Education through Semiotics*. Master's thesis. Chung-Ang University, Seoul.
- [9] Norman Bryson. (1998). *Semiotics and Visual Arts*. Seoul: Vision and Language.
- [10] I. S. Choi. (2005). Critical Acceptance of Roland Barthes' System of Modes: Focusing on the Semiotic Perspective of Semantic Action. *Design for Woman's Concern Association*, 8, 129-159.
- [11] Barthes, R. (1982). *Barthes Reader*. In Susan Sontag(ed). NY: Hill and Wang.
- [12] T. H. Kim. (2003). *Study on meaning analysis of graphic designs through semiotical methodology : based on semiology and mythology of Roland Barthes*. Master's thesis. Konkuk University, Seoul.
- [13] I. J. Jeong (2008). *Study of the semiotic meanings of color-words revealed in the Korean film titles*. Master's thesis. Hongik University, Seoul.
- [14] S. H. Bae. (2017). *Rethinking Service Design Thinking From the Beginning: A customer-centric approach to creating differentiated service experiences and business innovation*. Seoul: Hanbit Media.
- [15] A. R. Gwak. (2015). *Will it be a bestseller? If you look at the cover, you might know*. Chosun(Online). https://news.chosun.com/site/data/html_dir/2015/05/29/2015052902021.html

이 은 영(EunYoung Lee)

[학생회원]



- 2017년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제 디자인대학원 석사과정
- 관심분야 : 브랜딩, 추상적 디자인
- E-Mail : hushmelody@gmail.com

김 보 연(BoYeun Kim)

[정회원]



- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제 디자인대학원 교수
- 관심분야 : 타이포그래피, 디지털미디어 디자인, 사물인터넷
- E-Mail : byk2019@gmail.com