

碩士學位論文

디지털 미디어 시대의
텍스트성과 이미지성의 관계에 관한 연구

- 타이포그래피를 중심으로 -

2007년

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

시각커뮤니케이션디자인專攻

李 世 憲

碩士學位論文
指導教授 金 志 炫

디지털 미디어 시대의
텍스트성과 이미지성의 관계에 관한 연구
- 타이포그래피를 중심으로 -

A Study on the relation between character as text and
character as image of typography in digital media age

2006년 12월 일

漢城大學校 大學院
미디어디자인學科
시각커뮤니케이션디자인專攻
李 世 憲

碩 士 學 位 論 文
指 導 教 授 金 志 炫

디지털 미디어 시대의
텍스트성과 이미지성의 관계에 관한 연구

- 타이포그래피를 중심으로 -

A Study on the relation between character as text and
character as image of typography in digital media age

위 論 文 을 美 術 學 碩 士 學 位 論 文 으 로 提 出 함

2006년 12월 일

漢 城 大 學 校 大 學 院

미디어디자인學科

시각커뮤니케이션디자인專攻

李 世 憲

李世憲의 美術學 碩士學位 論文을 認定함

2006年 12月 日

審査委員長 (印)

審査委員 (印)

審査委員 (印)

국문초록

본 연구는 언어라고 하는 소리를 정확하게 기록하여 보존하기 위한 수단으로 만들어진 글자가 본연의 텍스트로서의 기능을 뛰어 넘어 새로운 형태언어로서의 다양한 역할을 하게 된 이유를 다양한 측면에서 다루어 봄으로써 텍스트로서의 글자와 이미지로서의 글자사이의 관계 변화를 이해하고, 타이포그래피의 현 주소를 찾아보는데 그 목적이 있다.

글자는 그 의미를 알거나 소리로 읽어지는 경우, 글자로서의 역할을 한다. 따라서 의미와 소리를 모두 알 수 있는 글자는 글자로 인식되고, 의미는 알 수 없으나 그 소리는 알 수 있는 글자는 글자적인 성질보다 형태적 성질이 강해지며, 의미와 소리를 모두 알지 못하는 경우는 형태적 성질이 최대화된다. 이러한 성질을 타이포그래피의 텍스트성과 이미지성으로 보고, 타이포그래피에서의 텍스트와 이미지의 관계를 미디어의 변화, 기호학, 미학, 그리고 사회적 관계 속에서 파악해 보았다.

텍스트의 의미전달이 과거와는 달리 글자가 언어체계가 아닌 다른 의미로서의 활용이 가능하게 된 배경에는 포스트모더니즘의 확산과 미디어의 발달로 인한 영향도 무시할 수는 없을 것이며, 이러한 최근 현상은 쉽게 노출되어 있는 외부의 문화적인 환경을 적극적으로 수용하고자 하는 수용자 층의 변화도 작용하고 있다. 글자가 수용자에게 전달되는 과정에서 글자의 텍스트성과 이미지성이 의미의 표현방식이나 미디어의 변화, 기호학적인 해석의 작용이 지속적으로 의미전달 과정에 개입된다. 그 과정에서 의미수용결과가 작업자에게 다시 작용하여 지속적으로 유지 또는 변화되기도 하는 조절이 이루어지며 순환한다. 이러한 현상은 문화가 오랜 시간을 지속하면서 한 번도 정체되지 않고 지속적으로 변화하고 반복하는 것과 일치한다. 발전된 미디어의 영향은 표현

양식을 계속 변화시키지만 표현 의도는 미디어의 기술적인 변화와 다르게 작용할 수 있다. 모든 것이 수용자의 요구가 크게 반영되는 환경으로 전환되고 있는 것이다.

오늘날의 디자인은 타이포그래피 분야로 한정하지 않더라도 작업에 있어서 한 가지 요소가 아니라 전체적인 디자인과 변화된 환경과의 관계를 고려하고 디자인 작업을 한다는 의미로써 디자이너들에게 중요한 역할을 요구하는 것이다.

목차

국문초록

목차

1. 서론	1
1.1 연구목적	2
1.2. 연구방법 및 범위	3
2. 타이포그래피에 있어서 텍스트성과 이미지성	4
3. 미디어에 의한 관계변화	6
3.1. 글자의 탄생	7
3.2. 인쇄 미디어와 디지털 미디어	15
3.3. 커뮤니케이션 미디어와 사회구조	22
3.4. 공감각적 이미지	26

4. 기호학적 해석에 따른 관계변화	32
4.1. 롤랑 바르트의 해석	32
4.2. 에코의 해석	36
4.3. 퍼스의 해석	38
5. 새로운 미학 측면에서의 관계변화	40
5.1. 모더니즘적 아름다움	41
5.2. 해체화, 혼합화, 비정형화의 아름다움	44
5.3. 정체성과 개성	53
6. 결론	62
참고문헌	68
Abstract	71

1. 서론

오늘날 미디어의 발달로 자신의 생각이나 정보를 표현하는 방법은 날로 다양해질 뿐 아니라 새로운 표현 양식이 생겨나기도 한다. 글자의 경우도 예외가 아니어서 그 활용의 폭은 과거의 것과 비교할 수 없을 정도로 다양해졌다.

의미 전달이나 가독성이라는 문제들은 불과 얼마 전까지는 글자의 존재에 아주 중요한 이유였고, 최근에도 간과할 수 없는 문제로 다루어지고 있는 내용이지만, 최근의 다양하게 나타나는 글자의 표현양식 또한 과거와는 달리 매우 빠르게 변화하고 있다.

인류가 소리와 이미지로 전달하던 의미 전달 체계를 기록하고 저장하기 위해 글자의 사용이 시작되었고, 그 이후로 많은 시간이 지나면서 글자의 발전이 이루어졌다. 소리의 시각기호라고 할 수 있는 글자는 전세계적으로 5000종 이상의 언어로 표현 되며, 인간이 생각하는 모든 생각을 다 표현하지는 못하지만 인류의 가장 훌륭한 발명품으로서 지금까지 인류가 문화적인 환경을 만들어내고 이를 유지하는 일에 가장 큰 공헌을 하고 있는 것만은 사실이다.

현대의 글자는 글자의 기본적인 의미전달 기능 이외에도 다른 의미의 사용을 하기 위한 많은 노력으로 표현의 다양성을 가지게 되었고, 최근에 와서는 매체의 다양성까지 글자의 표현의 확장을 가속시키고 있다.

이러한 미디어의 발달로 국가 간의 문화적 교류가 활발해지고 이국적인 글자의 노출이 쉽게 이루어지는 현상으로 이를 설명할 수도 있을 것이다. 이러한 글자 이미지 연구는 매우 흥미로운 주제가 되기도 하지만 연구 주체는 너무 많은 영역으로 나뉘어 있어서 그 연구들의 상관관계를 파악하는 것조차도 매우 방대한 영역을 다루어야하고, 더욱이 글자와 이미지와의 관계를 과학적으로 입증하는 일이 쉬운 일은 아닐 것이다. 이는 언어의 종류가 매우 많으며 이를 체감하는 개인의 취향이

나 문화에 따라서 그 영향이 매우 다르게 나타나기 때문이다.

문화, 문화적 접근, 문화적 교류라는 주제는 우리나라 뿐 아니라 전 세계적으로 공통적인 화두로 부각되고 있고, 우리 문화가 다른 국가의 문화전반에 영향을 미치고 있는 것도 특별한 일이 되지 못하는 현 시점에서, 디자인 분야에서도 그 소재를 제공하거나 도입하면서 활발한 문화적 교류가 이루어지고 있다. 따라서 예전에 언론에서 학생들이 의미도 알 수 없는 영문이 쓰인 셔츠를 입고 있는 모습을 심각하게 우려했던 내용은 최근에는 뉴스거리조차 되지 못하고 있으며, 월드컵 기간 중에 붉은 색 셔츠를 입고 광화문에서 열광하던 젊은이들이 가슴에 알파벳이 쓰여 있는 셔츠를 입고 있었다는 것도 크게 문제가 되지 않았다. 사회적인 측면으로는 문제가 제기될 수 있지만 문화적으로는 이미 이국적인 문화가 아닌 것이다.

이는 미디어의 발달로 다양한 미디어의 활용 가능성과 일부의 소수의 디자이너들이 참여하던 작업 환경에서 좀 더 대중적인 작업환경으로의 변화, 그리고 매체의 특성에 따라 수용자의 적극적인 참여가 가능해진 것에서 그 이유를 찾을 수도 있을 것이다. 그러나 글자가 글자로서의 역할에서 이미지로서의 역할을 확대해 나가는 데에는 단순히 형태나 기술발전에 기인하는 것이 아니라 좀 더 다양한 각도에서 접근할 필요성이 있다.

1.1. 연구목적

본 연구는 언어라고 하는 소리를 정확하게 기록하여 보존하기 위한 수단으로 만들어진 글자가 본연의 텍스트로서의 기능을 뛰어 넘어 새로운 형태언어로서의 다양한 역할하게 된 이유를 다양한 측면에서 다루어 봄으로써 텍스트로서의 글자와 이미지로서의 글자사이의 관계 변

화를 이해하고, 타이포그래피의 현 주소를 찾아보는데 그 목적이 있다.

1.2. 연구방법 및 범위

본 연구는 지금까지 발간된 서적, 논문 및 인터넷 사이트의 자료들을 토대로 미디어이론, 문화이론, 기호이론, 미학이론을 타이포그래피 측면에서 이해하고자 하였고, 이미지, 텍스트라는 용어 사용에 있어서도 이미지는 글자의 형태가 가지는 상(像)이라는 의미로 사용하였으며, 텍스트는 담화적 총체를 나타내는 기호학적 용어가 아닌 글자로 이루어진 글, 출판물이나 광고에서 그림이나 사진 등을 제외한 글자로만 된 부분을 칭하는 용어로 사용하였다. 글자의 연구가 광범위한 분야에서 이루어지고 있기 때문에 본 연구에서는 이미지로서의 글자 표현을 언급하고 있는 분야의 연구를 중심으로 하였다.

먼저 타이포그래피의 텍스트성과 이미지성의 개념적인 측면과 사회문화적인 측면에서의 역사적, 사회적 특성을 글자가 발생과정에서부터 가지는 이미지성이 나타내는 동서양 글자의 특성과 한글의 특성, 글자의 발전과정에서 사회적인 영향 등이 어떤 관계를 가지고 변화되어 왔는지 살펴보고 미디어의 발전으로 변화되는 감각의 변화를 디자이너들의 작품이나 이론적인 적용을 통하여 알아보았다. 그리고 기호학에서의 글자의 이미지성과 관련된 부분을 통하여 해석의 측면에서 비언어적인 글자의 특성을 알아보고 글자가 가지는 표현방식의 특성과 정체성과 개성의 미학의 측면에서의 관계를 알아보았다.

이러한 여러 가지 이론들과 자료를 통하여 글자가 수용자에게 전달되는 과정에 개입하는 요소들을 과정별로 분류하고 정리하여 피드백 고리(feedback loop)¹⁾로 정리하였다.

2. 타이포그래피에 있어서 텍스트성과 이미지성

언어는 소리로서 전달되는 체계를 가지고 있으며, 글자는 형태로서 전달되는 체계를 가지고 있기 때문에 같은 의미를 표현하는 언어와 글자는 어떤 면에서 보면 매우 차이가 있다. 어떠한 생각이 소리로 표현되어 언어가 되고, 그 말이 시각적 형태로 만들어져 글자가 되었는데 현대 과학자들은 인간의 뇌는 이미지보다 소리로의 생각을 우선으로 한다고 설명하였다. 글자로 쓰인 문장이 어떠한 자극 요소가 될 때, 뇌는 우선 글자로 쓰인 그 기호들을 소리로 나누고, 다시 그 소리를 생각으로 구성해 낸다는 것이다.

글자는 소리를 품고 있는 커뮤니케이션의 시각 형태이다. 글자가 가지고 있는 고유한 소리, 즉 발음되는 소리 이외에도 글자는 그 글자의 꼴이나 크기에 따라 그 글자 형태가 담고 있는 소리가 있다. 그러나 언어는 지식인이라고 해도 어휘력에 한계가 있으며, 읽을 수 있거나 소리를 들어도 이해를 못 하는 경우가 있다. 글자는 그 의미를 알 수 있을 때, 소리로 읽어지는 경우, 글자로서의 역할을 한다. 따라서 우리나라에서의 경우에 의미와 소리를 모두 알 수 있는 글자는 글자로 인식되고, 의미는 알 수 없으나 그 소리는 알 수 있는 (예를 들어 알파벳으로 쓰여 비슷하게 발음은 할 수 있으나 그 뜻을 잘 모르는 스페인어나 이탈리아어 등)글자는 글자적인 성질보다 형태적 성질이 강해진다. 더욱이 아주 생소한 아랍어나 힌두어와 같은 글자는 형태적 이미지만이 존재할 것이다. 이러한 이유로 목적에 따라서는 형태적으로 의미전달의 목적을 가지고 있더라도 다른 언어 문화권에 이미지로 차용될 수 있다.

1) 추후의 사고를 완화시키기 위해, 사고의 결과를 시스템 내로 투입하여 귀환시키는 시스템에서의 변수들 간의 관계

소쉬르(Ferdinand de Saussure)는 그의 언어이론에서 언어를 의미와 청각영상의 결합으로 이해하였다. 즉 언어는 소리의 차이에 따라 의미와 연결되는 결과물이다. 소쉬르는 언어는 본성적으로 이미지, 형태가 아니라 소리와 가깝다고 강조하고 있지만 청각이미지 자체가 또 다른 시각적 형태가 된다.

위에서 언급한 바와 같이 교육 없이 이해가 불가능한 의미와 소리의 결합체인 언어와는 달리 글자는 본연의 의미전달이 되지 않더라도 형태로서 전달할 수 있는 이미지가 존재하고, 그 이미지로서 기대할 수 있는 또다른 의미가 있다. 글자가 형태로서 표현되는 목적에 따라 글자의 주된 기능인 텍스트로서의 가독위주의 표현, 글자의 형태를 이용하여 사실적 형태를 그려내는 시각 표현, 글자의 형태를 이용하여 소리를 시각화시키는 표현, 글자의 형태를 이용하여 느낌이나 감정을 시각화시키는 표현 등으로 나뉠 수 있을 것이다. 이렇듯 이러한 언어의 커뮤니케이션 체계를 이용하는 일은 활발하게 이루어지고 있고 타이포그래피를 활용하는 다양한 디자인 분야에서도 점차 의미전달의 글자가 아니라 시각적 요소로서의 활자의 활용이 확대되고 있다.

과거의 작업에서 그 예를 찾아보자면 피에트 쯔바르트 (Piet Zwart)의 타이포그래피 작업에서는 몽타쥬 기법과 겹쳐지는 이미지, 다양한 방향성 등을 통한 공간감과 역동성을 찾아볼 수 있다. 또한 허브 루발린 (Herb Lubalin)이나 루이스 도프만(Louis Dorfmann)의 작품에서도 글자의 형태를 이용하여 사실적 형태를 그려내는 시각 표현을 쉽게 찾아볼 수 있으며, 기욤 아폴리네르(Guillaume Apollinaire) 등과 같은 미래파 시인들이 소리를 시각화시키는 도구로 글자를 이용한 예에서도 발견할 수 있다. 이러한 타이포그래피에서 정보전달 기능이 제외된 시각적 이미지로의 표현에서도 의미가 부여된 계기는 자크 데리다(Jarque Derrida)의 해체주의가 미국에 소개되면서 커뮤니케이션의 다양한 해석이 시작되면서이다. 소쉬르의 구조주의에 반하여 규칙과 명료성을 거부

하는 해체주의 디자인은 필리포 마리네티(Filippo Marinetti)의 주장을 넘어서서 타이포그래피의 전통적인 기본요소들을 무시하고 더욱 감성적으로 화면을 구성하였다. 이는 독자들로 하여금 일방적 정보전달이 아니라 다양한 해석을 하게 하였고 타이포그래피를 하나의 시각적 그래픽 요소로 확장시켰다. 네빌 브로디(Neville brody)는 활자들을 혼합하고 해체하는 과정을 통하여 추상적인 그림문자를 만들어 타이포그래피를 시각적인 기호로서 발전시켰으며, 데이비드 카슨(David carson)은 이미지와 텍스트를 통하여 읽는 이들로 하여금 다양한 해석을 가능하게 하였고, 펼친 면이나 이중인쇄 등의 작업은 타이포그래피의 이미지 표현 영역을 확장 발전시키는 일에 기여하였다. 이 밖에도 많은 타이포그래피들이 기존의 개념을 파괴하는 작업을 하였는데 이러한 작업은 글자가 가지는 형태적 특성과 그 형태에서 발생하는 개별적 의미 해석의 다양성이 또 하나의 표현도구가 될 수 있기 때문일 것이며, 다양한 해석의 표현은 또다른 형태가 되어 텍스트로서의 글자 역할에서 벗어나 글자의 이미지성을 더더욱 높여준다.

3. 미디어에 의한 관계변화

일부 계층의 전유물이던 정보나 지식 전달의 수단인 글자가 인쇄술의 발명에 의해 지식과 정보가 대량 복제되면서 대중들은 이러한 지식을 경험하게 되었고, 이에 따라 대중들의 힘은 점점 커졌다. 즉, 르네상스 시대를 거쳐 쏟아져 나온 책과 여러 인쇄물을 접하며 지식이라는 권력을 지배층과 공유하게 된 대중들은 다시 시민혁명을 거쳐 근·현대로 나아가는 초석을 만들었다.

미디어학자 마셜 맥루한(Mashall McLuhan)은 구텐베르크의 인쇄술로 구축된 도서문화의 세계를 ‘구텐베르크 은하계’라고 표현했다. 의도하지 않았을지도 모르지만 구텐베르크는 그의 발명을 통해 세계를 정보와 지식의 세계로 인도하였고, 인류는 오늘날까지 인쇄물이 제공하는 지식과 정보를 통해 지속적으로 변화와 발전을 이루었다. 오늘날에는 컴퓨터와 정보통신의 발달은 제2의 인쇄혁명으로까지 불리며 빠른 속도로 인터넷을 통한 전자출판이나 전자통신으로 환경이 변화하고 있다. 하지만 그렇다고 인쇄물이 새로운 미디어로 인하여 사라지는 것이 아니라 오히려 최근에는 TV, 컴퓨터 등과 함께 인쇄물의 양적인 증가현상까지도 만들어내고 있다.

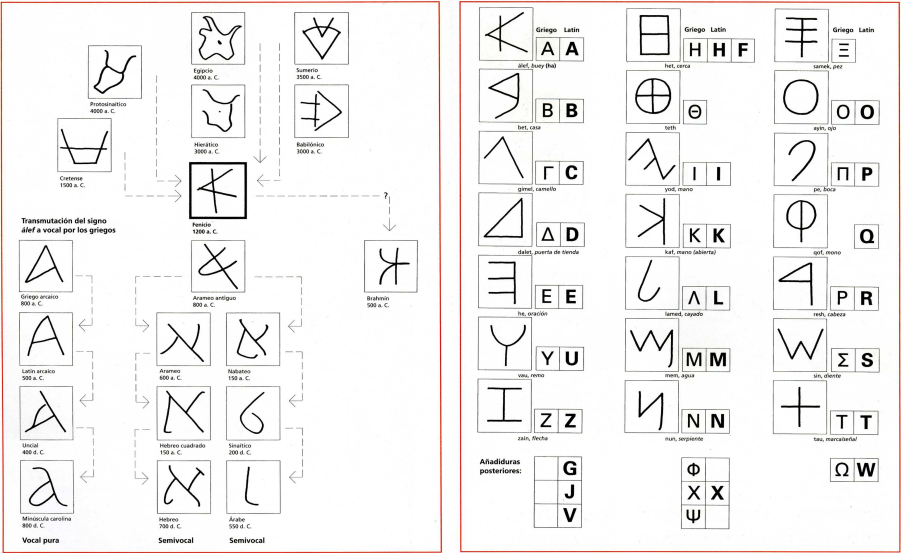
이렇게 미디어는 때로는 급진적으로 변하기도 하고 어떤 시기는 점진적으로 변화하기도 하지만 이러한 미디어의 변화는 디자이너들이나 연구자들에게 다양한 해석을 가능하게 만들었다.

3.1. 글자의 탄생

미디어의 다양성으로 국가 간의 문화 이동의 어려움이 없어졌지만 언어는 의미 전달의 목적으로만 본다면 가장 이동하기가 어려운 문화 중에 하나일 것이다. 언어는 그 종류만 5000여종이 넘고 지구상에서 가장 많은 인구가 사용하는 언어인 중국어조차 세계 인구의 4분의 1이 되지 못하고 있다. 그렇다면 나머지 인구인 4분의3이 넘는 인구는 중국어를 어떻게 인식할 수 있을 것인지가 언어의 이동의 어려움이다. 물론 소설을 번역하거나 영화의 자막을 넣는 등의 노력으로 많은 문화적 교류가 이루어지고 있다. 하지만 문화라는 측면에서 소설의 완전한 번역이나 영화에서 미묘한 감정을 자막이나 번역으로 완전하게 하지는 못

한다. 이렇게 글자는 언어를 전달하는 역할을 하지만 그 의미를 이해하지 못하는 외부에 노출되었을 때에 언어적 측면으로는 어려움을 겪을 것이다. 하지만 글자가 없었더라면 지금까지 이루어온 것만큼의 문화적 성장도 없었을 것이다. 이러한 글자의 필요성과 역할로 인하여 글자가 탄생된 배경을 살펴 볼 필요가 있다.

인간의 진화에서 가장 중요한 발달이 문화의 발달이다. 문화의 존재만으로도 인간은 많은 능력의 확장을 가져올 수 있었다. 언어를 사용한 커뮤니케이션이 상징적인 의미를 표현하는 그림으로 발전하였고 곧 시각기호의 발달하였다. 설형문자와, 상형문자가 등장하였고 상형문자는 알파벳으로 발전하였다.



[그림 1] 글자의 발전

아시아나 아프리카에서는 표의문자가 발전했다. 이러한 글자의 발전은 그 문화를 반영하는 것으로 일부 지배계층의 계급 강화에서 교육을 통

한 보급이 시작되었다. 과거의 문화는 서민층에서 보다 귀족 계층에서 더 발전한 것이 글자가 가지고 있는 문화의 대표성과도 연관이 있을 것이다. 이러한 글자의 발전은 곧 커뮤니케이션 환경의 변화이고 청각에서 시각으로의 확장을 의미한다. 이러한 글자가 표음문자와 표의문자로 나누어진 것도 지리적, 문화적 환경에서 그 이유를 찾을 수 있을 것이다.

표의글자를 대표하는 한자의 경우는 글자형태가 사물을 나타내고 있고, 그것이 곧 의미를 부여하고 있다. 소리글자들인 다른 글자들에서는 청각이미지가 중요하게 부각되지만, 뜻글자인 한자에서는 시각이미지가 중요하기 때문이다. 이미지와 글자 사이에는 아주 긴밀한 연관성이 있는데 이것은 그 글자와 그 글자가 담고 있는 뜻과 이미지 사이의 연관성이다.²⁾

반면, 26개의 각 알파벳 형태가 결합하여 소리를 만들고 그것이 언어가 되는 영어나 자음 글자 14자, 모음 글자 10자를 음절 단위로 모아 써 소리글자가 되는 한글은 사물 형태와 글자 형태사이의 연관성은 전혀 찾아 볼 수 없는, 소리를 형상화시킨 글자이다. 한자와는 달리 소리가 가지는 이미지이기 때문에 사물과 연관되는 직접적인 시각이미지가 아니라 청각영상, 청각이미지가 시각화된 것이라고 본다면 더욱 추상적 형태가 될 수밖에 없다.

표음 글자인 알파벳은 독특한 기술이다. 상형글자나 음절 글자 등 많은 종류의 글자가 있지만, 의미론적으로 무의미한 글자들이 의미론적으로 무의미한 소리에 상응해서 사용되는 것은 알파벳뿐이다. 문화적 차원에서 말한다면, 시각 세계와 청각 세계의 이 엄격한 구별과 병렬은 조잡하고 무자비한 것이었다. 표음 글자는, 고대 이집트 상형 글자와 중국의 한자에서는 형태를 통해서 확보할 수 있는 의미와 지각의 세계

2) <http://theology.co.kr/article/alphabet.html>

를 희생할 것이다. 그러나 이처럼 문화적으로 풍요로운 글자 형태들 속에서는 사람들이, 부족 언어라는 불가사의할 정도로 불연속적이고 전통적인 세계로부터 차갑고 일양적인 시각 미디어로 갑자기 이전할 수 있는 수단을 찾지 못한다. 중국 사회는 수세기동안 표의 글자를 사용해 왔지만 그 가족이나 부족의 이음새 없는 망이 위협을 받은 적은 없었다. 다른 한편 오늘날의 아프리카에서는, 2천 년전 고대 로마의 속령이었던 곶이 그랬던 것처럼, 알파벳의 글자를 익혀 한 세대가 경과하면 우선 적어도 개인의 부족의 그물로부터 해방되는 일이 충분히 가능하다. 이런 사실은 알파벳으로 씌어진 <내용>과는 아무런 관련이 없다. 그것은 인간의 청각 경험과 시각 경험 간의 갑작스런 분열에 따른 결과이다. 오직 표음 알파벳만이 그 사용자에게 귀를 대신할 눈을 주고, 또 전 부족이 도취되어 있는 공명하는 말의 마력과 친족의 굴레로부터 해방시킴으로써 이 같은 경험상의 예리한 구분을 할 수 있게 해준다.

인도나 중국 같은 나라가 가진 부족 문화는 그 지각이나 표현의 범위, 정교함이라는 면에서는 서구 문화보다 훨씬 뛰어날지 모른다. 그러나 우리는 여기서 가치의 문제를 다루고 있는 것이 아니라 사회의 형태에 관해 이야기하고 있다. 부족 문화에서는 개인이나 독립된 시민이라는 개념이 있을 수 없다. 공간이나 시간에 관한 그들의 생각은 연속적이거나 일관됨이 없으며 대단히 감응적이고 압축적이다. 알파벳의 <메시지>를 여러 문화들이 강하게 느끼게 되는 것은 시각적 일관됨과 연속성이라는 패턴을 확장해 나가는 알파벳의 힘 때문이다. 시각 기능을 강화하고 확장하는 표음 알파벳은 글자 문화 내에서 청각이나 촉각, 미각 같은 다른 감각들의 역할을 빼앗는다. 이런 일이 중국처럼 비 표음적인 글자를 사용하는 문화들에서 일어나지 않기 때문에 그런 문화들은 경험의 깊이에 있어 포괄적인 지각들을 풍부하게 축적할 수 있다. 그런데 표음 알파벳을 가진 문화에서는 그런 지각이 부식되어 약화되는 경향이 있다. 왜냐하면 표의 글자는 포괄적인 <형태gestalt>이지, 표음 글

자처럼 감각이나 기능을 분해한 것이 아니기 때문이다.

서구 문화가 이룩한 각종 업적들은 분명히, 글자 문화가 가진 어마어마한 가치를 입증해 주는 증거가 된다. 그렇지만 또 많은 서구 사람들은 너무 큰 희생을 치르면서 전문가적인 기술과 가치들의 구조를 사들였다고 반론을 펴기도 한다. 분명 표음적인 글자 문화에 의한 합리적 생활의 선형적 구조화는, 이 장에서의 탐구보다 훨씬 포괄적인 탐구를 정당화하기에 충분할 만큼 뛰어난 일련의 일관성 속에 우리를 가두었다. 아마도 이에 대해서는 전혀 다른 입장에서야 보다 나은 접근 방법들이 있을 것이다. 예를 들면 의식은 존재의 특징으로 간주되지만, 의식의 순간에 존재하는 총체적인 인식장에는 그 어떤 선형적이거나 연속적인 것이 존재하지 않는다. 의식이란 언어적 과정이 아니다. 하지만 표음적인 글자 문화가 지배했던 19세기에 서구인은 추론의 연쇄를 논리학과 이성의 특징이라 하여 선호해 왔다. 이와 대조적으로 중국의 글자는 표의 글자 하나하나에 존재와 이성에 대한 총체적 직관을 부여해, 정신적 노력과 조직화의 징표인 시각적 계열화에는 미미한 역할만을 허용한다.

문명은 글자 문화에 바탕을 둔다. 왜냐하면 글자 문화란, 알파벳에 의해 시간과 공간으로 확장된 시각에 따라 하나의 문화가 일방적으로 처리되는 것을 뜻하기 때문이다. 부족 문화에서 경험은, 시각의 가치들을 억압하는 지배적인 청각적 감각 생활에 의해 배열된다. 차갑고 중립적인 눈과 달리 청각은 감수성이 고도로 강하고 섬세하며 전체 포괄적이다. 구전 문화에서는 행위와 반응이 동시에 일어난다. 표음적인 문화는, 사람들이 어떤 행위를 할 때 그 감정과 정서를 억압하는 수단을 제공한다. 반응 없이 행동하는 것, 관여 없이 행동하는 것은 서구의 글자 문화에 속한 사람들의 고유한 장점이다.³⁾

3) 마셜 맥루한, 『미디어의 이해』 (Understanding Media), 김성기·이한우 옮김, 민음사, 2002, pp.136-139.

맥루한이 말하는 알파벳의 우수성은 사회, 문화적인 측면에서 그 역할이 확실하게 역사적으로 증명된다. 그렇다면 한글의 경우는 알파벳과 비교 하였을 때 어떤 특징이 있으며 아시아권의 글자의 특징은 어떤 것이 있는지를 살펴 볼 필요성이 있다. 한글은 그 창조적 배경에서부터 상형적인 특성을 가지고 있다. 그럼 한글의 상형성을 문화적 배경에 대하여 생각해 보면 다음과 같다.

첫째는 ‘문화유전자’이다. 리처드 브로디는 ‘마인드 바이러스’에서 우리의 몸에 생물학적인 DNA가 있듯이 문화에도 DNA가 있다고 다시 정리한다. 그것을 ‘밈(meme)’이라고 한다. 한글의 상형성은 바로 우리 문화의 잠재된 우리의 문화유전자, 즉 ‘밈’이 문화적 차원에서 상형적이라는 것을 의미한다. 이러한 문화유전자는 동양 문화권에 속한 우리 문화의 바탕에 잠재되어 있다. 나아가서 한자 문화권인 중국, 일본, 한국에 공통적으로 존재한다고 볼 수 있을 것이다. 한국의 글자적 무의식의 층위에는 상형적 밈이 있다고 본다.

두 번째는 프로이드의 ‘사후성(nachtraglichkeit)’의 개념이다. 후기 구조주의의 길을 열어준 이 개념은 굉장히 흥미롭다. 거꾸로 된 인과율이 라고 할까. 일상사는 원인과 결과의 순으로 따지는 것이 보통인데 병원에 가면 그 순서가 거꾸로 되기도 한다. 환자의 결과로 드러난 원인을 진단하기 위해서 여러 가지를 묻고 거기에 의미를 부여한다. 그래서 환자가 몰랐던 과거의 사실들과 지금의 증상을 연결시켜 무슨 병이라고 진단한다. 결과가 오히려 원인을 만들어내는 것으로 이것이 사후성 개념이다.

이렇게 두 가지의 개념을 한글에 비유하면 증상을 ‘한글의 이미지성’이라 하고 [사건1]을 오늘날 우리가 살펴볼 수 있는 한글 타이포그래피의 새로운 현상이라고 한다면 이것은 현실적으로 혼란스러운 상태이다. 한글 창제 이전에 우리가 사용했던 향찰, 이두, 구결 등 문자생활의 무의식적 층위와 훈민정음 창제 당시의 동양적 글자 무의식을 [사건2]라

하면 이렇게 말할 수 있다. 오늘날 타이포그래피의 현장 [사건1]을 보니 과거에 우리가 갖고 있던 우리의 글자생활의 무의식 속에 잠재되어 있던 것들 [사건2]는 ‘상형성’이란 개념으로 비로소 의미화 된다고 할 수 있다. 이 상형성이 [사건1]과 [사건2]의 공통점이다. [사건2]에 잠재되었던 것이 우리에게 ‘한글의 이미지성’으로 드러나 있는 것이다.

한글의 무의식 속에 은폐되었던 상형성이 디지털 타이포그래피 시대를 맞아 ‘한글의 상형성’이란 이름으로 사후적으로 의미화된 것이다. 따라서 오늘날 한글 타이포그래피가 보여주는 유래가 없는 다양한 한글의 이미지화 현상, 한글의 상형성은 우리 글자생활의 역사적 맥락 속에 놓이며 한글을 보는 관점이 넓어진다. 또 한글의 상형성을 잠재성의 개념으로 살펴보면 실재(reality)는 현실(actuality)과 잠재(virtuality)로 구성된다. 한글의 상형성은 한글의 잠재성이 다양한 이미지로 생성된 결과이다. 한글의 실재는 무한하다.⁴⁾

한글이 가지는 표음문자이면서도 표의문자적 특징을 중국의 한자하고 비교하여도 한글의 특징은 디지털 환경에서 많은 우수한 점을 가지고 있다. 오늘날 중국이 가지고 있는 디지털로의 언어 전환의 어려움은 소리와 글자 모두에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 한글이 디지털 환경에서의 적응력이 가장 뛰어난 언어로 평가 받고 있는 것과는 대조적이다.

서양의 알파벳과 중국의 한자를 비교해보면 한글의 또 다른 특징을 발견할 수 있다. 알파벳 타이포그래피의 교육에서 활자를 잘 쓰는 것은 내용에 가장 알맞은 활자를 골라 써야 한다는 것이다. 책의 표지를 디자인 할 때 그 책에 가장 어울리는 제목용 서체를 고르는 것과 일회성의 서체를 새로 만들 수 있다는 것이 알파벳과 표의문자인 한자의 큰 차이가 될 수 있다. 한자는 상형성을 가지고 있고 오래전부터 서예를 통하여 다양한 일회성을 가지는 문자를 만들어 왔다. 표음 문자인 알파

4) 정병규, 『우리 디자인의 제다움 찾기; 한글의 상형성 또는 한글의 이미지성』, 안그래픽스, 2006, pp.162-164.

벧을 사용하는 서양의 타이포그래피가 완벽하게 의도하는 이미지 보다 최적의 이미지를 찾는다면 상형성을 가지는 한자는 목적에 맞는 그래픽 이미지를 추구할 수도 있다. 캘리그래피가 서양의 것과는 의미가 조금 다르게 사용되는 것도 한자의 상형성의 특징 때문일 수 있다. 동아시아 문화권에서는 아직까지 서예가 캘리그래피의 주된 표현양식이다. 서예는 오랜 역사를 가지고 있고 그 표현양식이 다양하여 글자의 이미지성을 강조하고 감성적인 표현이 가능한 장점을 가지고 있다. 벨기에의 시인이자 화가인 앙리 미쇼는 1930년에 일 년간 아시아를 여행하면서 표의문자인 한자를 보고 놀라운 형상성에 압도되어 자신을 야만인에 비유하기도 하였다.⁵⁾



[그림 2] (좌)롤랑 바르트, 반(反)문자, (우)앙리 미쇼, ‘움직임’, 1951

한글은 한자와 함께 서예가 가능한 글자이다. 하지만 한자와는 다른

5) 조르주 장, 『문자의 역사』, 시공사, 1995, p186

특징이 있다. 한자 서예의 흘림체인 초서체의 사용이 불가능한 것이다. 표음문자인 한글은 기본적으로 자음이 많이 변형되는 초서체를 사용하면 그 의미가 심하게 생략, 변화되기 때문에 한글 서예는 한자 서예의 표현력에는 미치지 못한다. 그렇지만 표음문자인 한글은 이미 한자보다는 디지털 환경에서 우수한 장점을 가지고 있고 표의문자의 상형적인 특징으로 인한 강한 이미지성을 가지고 있기 때문에 한자 보다는 그 활용의 폭이 더 넓을 수 있다. 실제로 최근에는 ‘손 글씨’를 디지털화하여 다양한 새로운 서체의 가능성을 실험하고 있다. 과거의 탈 네모꼴의 논의가 있었던 것이 얼마 지나지 않아 더 자유로운 서체의 표현이 가능하게 된 것이다. 서예의 디지털화가 진행 중인 것이다. 아직까지는 그 표현이 기술적인 문제와 감성적인 측면에서 완벽하지 않지만 한글이 가지는 디지털미디어 적응력의 좋은 예가 될 것이다.

글자의 생성과정에서 과학적인 설계의 표음문자이면서도 상형 문화권에 속하는 지리적 이유로 사회, 문화적으로 영향을 받은 특징으로 이러한 이미지성을 가지게 된 것이다.

3.2. 인쇄 미디어와 디지털 미디어

장식공예가이자 시인이며 사회주의 운동가를 자칭하는 모리스(William Morris)의 유명한 선언문을 보면 다음과 같다. “내가 서적 인쇄에 손을 담기 시작한 것은 아름다움에 대한 확실한 요구를 가지고, 동시에 서적은 읽기 쉬어야 하고 기묘한 글자의 형태로 인해 독자의 눈을 현혹시킨다든지 독자의 머리를 혼란하게 만들지 않는 서적을 만들려고 하는 희망 때문이다. 나는 중세에 쓰던 글자와 그것에 의해 바뀐 초기 인쇄의 변하지 않는 찬미자였다. 인쿠나블라(Incunabula)⁶⁾를

보는 동안 아름다움을 위해 사치스러운 포장이나 장식이 없어도 그것들은 순수하게 타이포그래피의 힘만으로 충분히 아름답다는 것을 나는 인정하고 싶다. 거기에서 나의 본심은 인쇄와 판면에 의한 하나의 기쁨이 되는 서적을 만들어 내는 것이었다.”라고 말하고 있다.

모리스의 특별한 점은 아름다운 서적을 지향한다는 것과 읽기 쉽게 배려하는 것을 자각했다는 것이다. 거기에는 실용을 우선으로 하면서도 아름답지 않으면 안 된다고 하는 과제가 있다. 그가 말한 아름다움이란 장식(그것도 적당한 또는 최소한의 장식)이었다. 결국 읽기 쉬움과 장식과의 조화를 어떻게 이루는가 하는 것이 모리스의 우선적인 작업이었다. 장식 공예가로서 본문 디자인에도 장식적인 요소를 첨가하고 싶었던 것이다. 이러한 모리스의 장식성을 장식과잉으로 비판하고 기계적인 모방으로 독창성의 결여로 보는 견해도 있다. 하지만 모리스는 자신만의 기능주의 미학을 잘 표현하고 있다.⁷⁾ 읽기 쉬우며 순수하게 타이포그래피만의 힘으로 아름다움을 추구하고자 했으며 장식이 절대로 중요한 요소가 아니라고 생각했다. 과거의 수공예적인 방식의 표현을 추구했던 모리스는 조화와 가독성을 높이는 산업으로서의 출판 인쇄의 기본을 적용시켰다.

모리스 이후에 출판 미디어를 통한 타이포그래피의 발전은 매우 빠르게 성장하였다. 그리고 바우하우스와 얀 치홀트의 뉴 타이포그래피에서 새로운 디자인의 접근방식이 시도 되었다.

초기 모던 타이포그래피에서 얀 치홀트(Jan Tschichold)만큼 인쇄환경을 잘 이해하고 인쇄를 통한 커뮤니케이션의 효율적인 전달을 위하여 역사적인 지식과 교육을 배경으로 한 사람도 드물 것이다.

6) 구텐베르크가 인쇄술을 발명한 1450년부터 1500년까지 유럽에서 활자로 인쇄된 서적을 가리키는 말로 이 말을 창시한 17세기의 프랑스 서지학자 필립 라베는 활자인쇄술의 유년기라는 뜻으로 사용하였으나, 18세기의 후반부터는 15세기 말까지 인쇄된 서적을 가리키는 말로 전의 되었다.

7) 박한수, 「타이포그래피의 의미와 영역에 관한 연구」, 홍익대학교, 2001, pp.24-25.

1925년 치홀트는 자신의 디자인 철학을 라이프치히 정기간행물인 타이포그래픽 뉴스(Typographische Mitteilungen)에서 공개하였는데 이 간행물에서 함께 참여했던 모홀리-나기나 엘 리시츠키 등과는 차별화되는 ‘타이포그래피의 원리’라는 글에서 추상적인 개념을 비교적 명쾌하고 상세하게 글로서 표현하였다. 그 내용에서 그는 새로운 타이포그래피는 목적을 의식해야만 하는데 타이포그래피의 목적은 전달에 있으며, 그 전달은 빠르고, 간결하고 명쾌한 방법으로 이루어져야 한다는 것이다. 또한 타이포그래피는 사회적인 목적에 수반되어야만 하고 그 테마는 내용을 시사하는 내적 구성과 수단을 상호관계 맺는 외적 구성이 필요하다고 이야기하면서, 내적 구성은 글자(letters), 숫자(figures), 기호(signs), 글줄(lines of typo)을 규정하는데 신 타이포그래피의 기본 요소는 이러한 요소들 외에 사진(photography)을 포함한다고 하였다. 기본 글꼴은 산세리프(sans-serif)서체와 그것의 변형서체들인 라이트, 미디움, 볼드, 컨텐스트, 익스팬디드이고, 특정 양식이나 국가의 색채를 띠는 고딕, 프락투르(Fraktur) 등의 글꼴들은 형태가 간결하지 못하며 형태에 부여된 기호가 국제적 커뮤니케이션의 가능성을 제한한다고 지적하였다.

이러한 치홀트의 개혁은 어느 정도 성공을 거두었다고 볼 수 있다. 비대칭이나 조악한 장식의 남용, 옛 서체의 사용 등이 줄어들기 시작한 것이다. 반대로 기능적인 구성과 그로테스크체의 사용을 우선했고, 사진을 시각적 요소로 인식한 것들은 그의 성과이다. 말기에는 자신의 주장에 혼란을 겪기도 하였지만 그의 업적은 대단한 것이었다. 타이포그래피의 순수성과 명료성을 단순함을 통하여 표현하고자 하였던 그의 영향은 전 세계적으로 전파되어 다양한 표현방식의 가능성(사진, 일러스트레이션, 산 세리프체 등)을 열어 주었다.

그리고 치홀트의 주장과 많은 연관성을 가지는 국제주의 타이포그래피 스타일(International Typography Style)의 등장은 현대의 디자이너

들에게도 영향을 주고 있으며 그 파급 효과 또한 엄청난 것이었다.

이 시기의 디자인이 주는 객관적 명료성의 우수함은 아직까지도 많은 디자인에서 쉽게 찾을 수 있다. 반대로 너무나 공식적이라고 이를 비난하는 경우도 있고 근래의 커뮤니케이션 환경에는 어울리지 않는다는 논란도 있지만 그것은 단편적인 것이고 국제주의 스타일의 과학적인 그리드와 객관적인 명료성은 오늘날에도 그 디자인이 인정받고 있기 때문에 이를 부정하기는 힘들 것이다. 이 시기에 활동한 에밀 루더(Emil Ruder)의 작업을 보면 가독성(legibility)과 쉽게 읽혀짐(readability)에 관심을 가졌으며, 글자의 자간과 행간 등 인쇄되지 않는 공간의 감성을 중요시하고, 그 공간 안에 요소(사진, 일러스트레이션, 도표 등)들을 운동감이 있는 복잡한 그리드의 구조를 사용하면서도 통일성이 있는 표현을 강조하였다. 다양한 시도를 통하여 공간감과 운동감의 가능성을 추구하였지만 커뮤니케이션의 본래 목적과 의미에 충실한 디자인을 추구하였던 것이다.

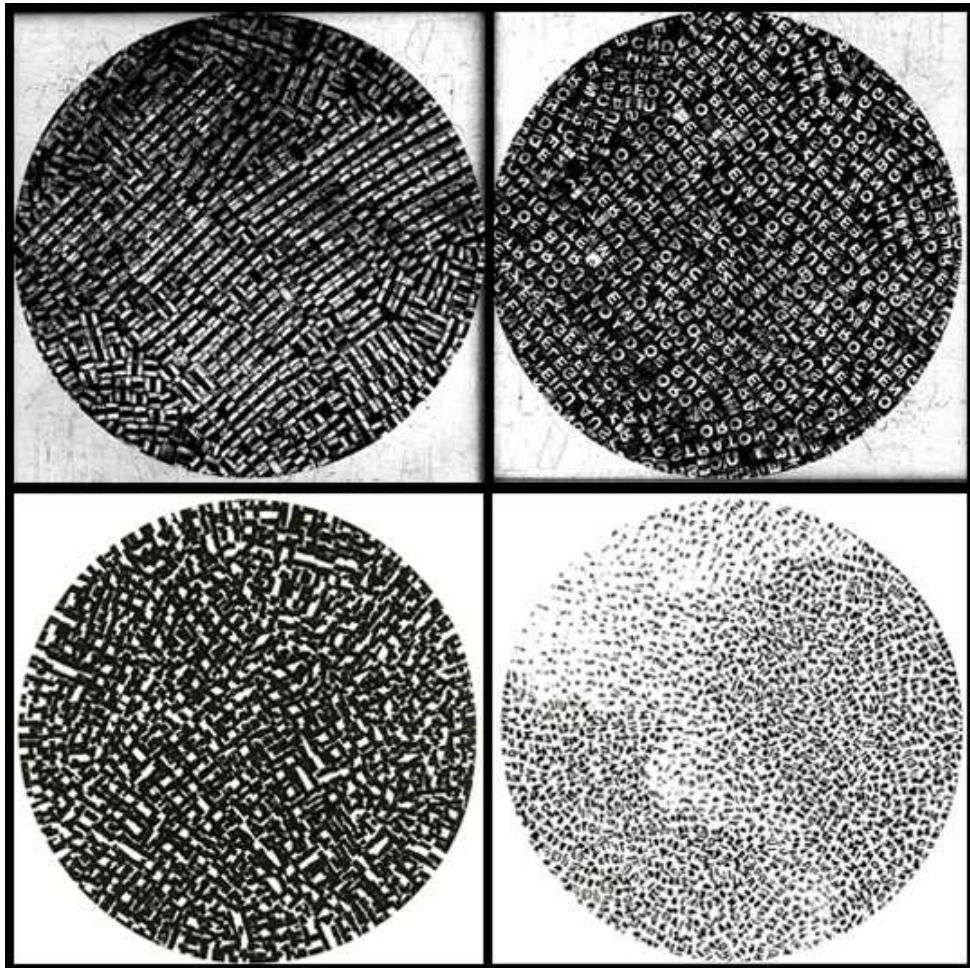
이처럼 인쇄 미디어 시대의 타이포그래피는 다양하고 새로운 시도가 있었지만 항상 그 목적은 본질적인 커뮤니케이션의 효율성과 기능성에 있었다.

하지만 이러한 형식에 의문을 제기하고 변화를 추구하는 디자이너들이 등장하기 시작하였다. 모더니즘 타이포그래피의 형식에 반발하여 새로운 형식을 추구하는 디자이너들의 등장은 명료하고 세련된 국제주의 타이포그래피 스타일이 가지고 있었던 논란과도 그 내용이 일치한다. 시각적인 효과에 보다 감각적이고 규칙보다는 비정형화되고 조금 더 자유로운 시도를 추구하는 디자인의 시도인 것이다.

볼프강 바인가르트(Wolfgang Weingart)는 에밀 루더에게 지도를 받았지만 국제주의 스타일의 질서에 의문을 가지고 새로운 언어체계를 연구하였다.

금속인쇄와 디지털 인쇄시대의 중간에 있는 사진제판 방식은 금속인

쇄 방식에서 시도하지 않았던 글자의 자간배열에서의 자유를 준 또 하나의 인쇄 혁명이었다. 그리고 얼마 되지 않아서 컴퓨터의 등장까지 매체의 변화가 혁신적으로 변화하던 시기에 바인가르트는 그 매체들을 적극적으로 수용하고 발전 시켰다.



[그림 3] 볼프강 바인가르트

그는 포지티브 필름의 이미지나 글자를 겹치는 것과 사진에서 일정한 형태의 패턴이 생기는 모아레(moire) 현상을 하프톤 인쇄의 패턴으로

된 점들을 겹쳐서 만드는 등의 공간감이나 질감을 이용하는 그래픽적인 이미지의 효과를 즐겨 사용하였다. 비록 이 시기가 완전한 디지털 미디어의 시대는 아니었지만 바인가르트는 인쇄 미디어 시대와 디지털 미디어 시대의 사이에서 선도자 역할을 하였다. 그는 국제주의 스타일의 영향을 아주 버리지는 않았지만 글자의 이미지성을 통하여 새로운 미디어의 가능성을 연구하였고 그의 제자들과 영향을 받은 디자이너들은 더욱 혁신적인 표현방식을 통하여 기존 질서를 해체하고 글자 이미지의 전달을 통한 수용자의 반응을 일으키는 메시지 전달을 시도 하였다.

구텐베르크가 이동식 인쇄활자를 발명한 후에 수평과 수직의 구조를 철저히게 이용하여 작업하는 것에서 자유로움을 추구하고 실험한 예는 미래파 시인들로 거슬러 올라간다.

미래파 시인들은 글자나 단어들을 붙이는 형태로 줄을 맞추지 않음으로써 역동적인 구성과 생동감 있는 페이지를 구성하여 사진 제판 방식으로 인쇄하였다. 이러한 개념은 아주 오래전부터 관심을 가지는 이들이 있었는데 그 역사는 그리스 시대까지 올라가 패턴시의 형태로 발견된다. 이후에도 독일, 프랑스 등지에서 여러 시인들이 구두점을 사용하거나 여백을 이용한다는 등의 여러 시도를 통하여 청각적인 효과나 음악적 리듬감 등을 표현하려는 시도가 있었다.

이후 1950년대 독일을 중심으로 발생하여 전 세계로 파급된 ‘구체시’는 20세기 후반의 문학과 예술에 가장 큰 영향력을 행사한 문학형태의 하나이다. 여기에는 여러 가지 이유가 있는데 그 중요한 중의 하나가 표현매체의 확대를 통한 문학과 인접예술의 접합이 급속히 변천하는 다매체시대문화의 수요와 취향에 걸맞기 때문이다. 텍스트의 언어사용에 있어 도형성이나 공간구성을 중시하는 구체시의 작법은 오늘날의 광고나 시각디자인과도 연결된다. 그러나 이 언어실험의 서정시가 갖는 문학사적 의미는 무엇보다 문학작품을 형성하는 기본매체로서의 언어

재료를 혁신하고 활성화한 데 있다.⁸⁾ 구체시는 표현방식 자체에서 탈 장르와 다원적인 표현으로 인하여 여러 논쟁이 되고 있기는 하지만 문학적인 면을 제외하고 보더라도 텍스트를 사용함에 있어서 복합적인 방식으로 수용자를 참여 시켰다는 면에서는 오늘날의 디지털 환경에서의 커뮤니케이션과 매우 유사함을 많이 가지고 있다.

이러한 시는 실제에 있어서는 매우 다양하지만 철저하게 축소된 언어를 사용한다는 점과 과격하게 변형된 언어를 특수한 방식으로 표현하거나 인쇄하여, 한 편의 시가 시각적인 통일체로 감지되는 대상물로서 독자의 주의를 끌 수 있도록 하고 있다는 공통점을 가지고 있다. 이러한 이유로 사실상 많은 구체시들은 관습적인 방법으로는 전혀 읽을 수 없는 것이 있다. 이 시들은 구성 글자들의 순서와 위치가 조직적으로 뒤바뀐 단어나 구로 구성되었거나 분절된 단어 또는 무의미한 음절, 글자, 숫자, 구두점의 단편들로 이루어져 있기 때문이다. 이렇게 이루어진 형태 속에서 구체시의 시인들은 여러 가지 활자 형태와 크기 및 색깔을 다양하게 이용하며, 때때로 사진을 본문에 첨가하는 등의 실험을 한다. 구체시에서의 언어의 사용은 문학에서 국한되어 사용하는 언어가 아니라 다른 분야의 예술을 적극적으로 활용하여 표현매체를 확장하였고 글자의 사용에서의 새로운 시도를 활성화하는 일에 큰 역할을 하였다.

미디어의 발달은 글자를 사용하는 일에 있어서 공간을 활용하는 글자의 역할을 더욱 중요하게 만들었다. 과거에 인쇄술의 발달이 글자를 기록의 도구에서 해방시키고 인쇄된 페이지의 공간에 여러 의미를 만들어 내고 여백의 의미를 지닌 새로운 공간의 글자 활용을 가능케 하였던 것처럼 미디어의 발전으로 새로운 공간의 의미를 지닌 글자의 활용이 등장하게 되었고, 이는 과거의 필사본에서 인쇄환경으로의 변화보다

8) 고위공, 「복합예술 텍스트로서의 구체시」, 동서 문화연구 Vol.10, 2002, pp.59-91.

더 많은 변화를 가져오게 하였다.

인쇄 미디어 시대의 활판인쇄는 기술적인 것을 의미하지만 디지털 미디어는 동영상이나 다른 기술적 환경에서도 모두 적용되는 다양한 미디어에 적용되는 글자를 이용한 표현 모두를 포함하는 넓은 범위의 개념을 가진다. 현대의 타이포그래피는 인쇄 미디어의 모든 요소(서체, 가독성, 그리드 등)들을 포함하지만 미디어의 발전으로 표현방식의 범위가 확장되어 인터넷, 멀티미디어, 영상 등의 모든 커뮤니케이션 수단에서의 글자 표현으로 확대되고 있다.

3.3. 커뮤니케이션 미디어와 사회구조

글자는 사회적으로 매우 큰 영향력을 가지는 문화적 요소이다. 과거를 살펴봐도 이러한 역사적 증거는 쉽게 찾아볼 수 있다. 문화적으로 크게 번성하였던 이집트, 그리스, 로마 등의 제국이 글자를 통하여 지배의 토대를 마련하였고 구어에 의존하던 그 당시의 다른 사회질서와는 차별화 되는 것이었다.

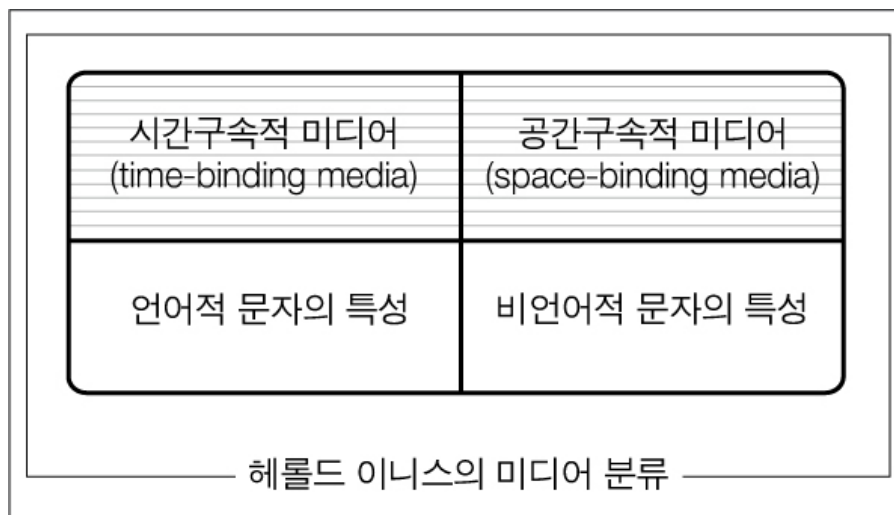
문자문화의 사회가 새로운 매체인 종지와 펜의 등장으로 그 영향력을 확대하여 광범위한 지배력을 형성하였고 문화적으로 거대한 제국의 사회를 건설하기 시작한 것이다. 또한 오늘날에도 거대한 자본력과 앞서가는 기술로 자국의 문화를 보급하여 상대적으로 문화가 열등한 국가를 문화적으로 지배하고자 하는 움직임이 보이지 않게 활발하게 이루어지고 있다.

헤롤드 이니스(Harold A. Innis)는 커뮤니케이션 미디어와 사회구조와의 관계를 체계적으로 설명한 최초의 학자로 분류되고 있다.

이니스에 의하면 어떤 사회이든지 커뮤니케이션 미디어는 사회조직

형태에 큰 영향을 준다. 즉 새롭게 출현하는 커뮤니케이션 미디어는 사회 조직을 변화시키고, 새로운 유형의 결속을 창조하며, 새로운 형태의 지식을 개발하고, 권력의 중심부를 변화시킨다. 이 같은 그의 견해는 커뮤니케이션 기술이 모든 다른 공학 기술의 중심이 된다고 보았기 때문에 가능한 것이다.⁹⁾

이니스는 자신의 이 같은 입장을 캐나다의 역사에서 효과적인 커뮤니케이션 체제가 국가의 권력을 어떻게 확장시켜 나아갔는지를 통해 살펴해보았다. 즉 수도를 이용하는 법, 철도, 전신 등을 확장시키는 방법을 통해서 볼 때 지형상의 물리적 한계는 커뮤니케이션이 얼마나 효과적



<표1> 이니스의 미디어분류와 문자의 특성의 관계

인가의 가능성에 의해서 좌우된다고 파악했다.¹⁰⁾ 이니스의 커뮤니케이션 기술 결정론적 입장은 문명의 발전 차원에서 커뮤니케이션 역사를

9) 류제필, 「마살랙루한 ‘미디어론’의 현대적 전개」, 성균관대학교, 1995, p48

10) William H. Melody, Liora Salter & Paul Heyer (eds.), *Cluture, Communication, & Dependency: The Tradition of H. A. Innis*, Norwood, Ablex Publishing Co., 1981, pp. 5-6.

연구하는 방향으로 그 영역을 확장시켰다. 이 같은 입장에서 이니스는 문화는 역사적으로 커뮤니케이션의 편재성(bias of communication)에 따라 결정되었다고 주장하고, 커뮤니케이션 미디어의 물리적 속성에 따라 시간 편재성 미디어(time-biased media)와 공간 편재성 미디어(space-biased media)로 구분된다고 보았다.

시간 편재성 미디어는 운반이나 수송이 어렵고 내구성이 강한 미디어로서 진흙, 돌, 양피지 등이 이에 속하며, 이것의 커뮤니케이션의 특징은 기록과 보존에 있다. 이 미디어는 구어적 전통이 강한 사회나 글자 기록 기술이 극소수 특권층에 한정되어 있는 사회에서 많이 찾아볼 수 있다. 이 때문에 시간 편재성 미디어는 전통 사회와 연관이 있으며 관습, 지속성, 공동사회, 역사적인 것, 성스러운 것, 도덕적인 것을 강조한다. 따라서 시간 편재성 미디어는 권력의 중앙집권화와 기구의 위계적인 형태를 선호한다.

공간 편재성 미디어는 내구성이나 지속성이 약한 대신 이동이 편리한 미디어로서 종이, 파피루스 등이 이에 속하며, 이것의 커뮤니케이션의 특징은 정보 교환과 대중매체의 효과적인 활용이다. 공간 편재성 미디어는 국가의 팽창, 정치적 권위의 신장, 세속적 제도의 설립, 과학과 공학지식의 성장 등을 주도함으로써 국가의 팽창과 권위의 신장을 강조하는 사회에서 찾아볼 수 있다.

공간 편재성 미디어는 무역을 하는데 있어 적합하고, 국가의 대규모 행정체계를 이룩하는데 기초가 된다. 이니스는 로마제국의 이집트 정복은 으뜸가는 공간 편재성 미디어인 파피루스를 확보한 데 있다고 보았다.¹¹⁾

이니스는 국가와 같은 대규모의 정치 조직은 커뮤니케이션에 있어서 시간성과 공간성 두 가지 모두에 의해서 고려되어야 한다고 보았다. 왜

11) 김영희, 「커뮤니케이션 연구에서의 이니스의 관점과 한국 커뮤니케이션사예의 적용문제」, 한국언론학회, 1993년5월, pp. 155-159.

나하면 국가는 자신의 문화가 하나 이상의 미디어 영향을 반영하는 조건 하에서 변성하며, 또한 지방 분권을 초래하는 공간 미디어 편재성 미디어의 편재는 중앙집권을 향한 시간 편재성 미디어의 편재에 의해 제거되고, 그 반대도 가능하다고 보았기 때문이다.¹²⁾

결론적으로 이니스가 말하는 성공적이고 안정적인 사회는 시간적이고 공간적인 요소가 균형을 이루는 사회이다. 막강한 커뮤니케이션 기술 발달로 한 국가가 문화적으로 시간 구속적 미디어(time-binding media)와 공간 구속적 미디어(space-binding media)를 문화 제국주의로 발전시켜 문화적인 약소국을 침범하여 문화적으로 해체하고자 하는 것을 경계하기도 하였다.

문화의 보급이 활발하게 이루어지고 있는 환경에서 자국의 문화를 보호하면서 보급하는 일을 동시에 진행하는 것은 문화적으로 힘이 강한 나라가 아니면 생각하기 힘든 환경으로 변화 되었다. 보존 가치가 있는 문화를 많이 가지고 있는 것도 중요하지만 보존가치가 있는 문화를 만들어내는 일은 더욱 중요하다. 그 사회가 가지고 있는 문화적인 힘이 약하면 경제적, 기술적으로 문화가 발전한 사회에 그 문화가 완전히 지배받을 수도 있는 환경인 것이다. 과거에 일본이 우리나라의 문화를 말살하는 정책을 무력을 통하여 시도 했지만 우리는 문화를 지켜냈다. 하지만 오늘날의 문화적 지배는 굳이 무력이 아니더라도 매체와 기술의 발달로 오히려 더 쉽게 이루어 질 수도 있다. 자국의 언어를 잃어가고 경제적 논리에 의해서 다른 국가의 언어를 더 많이 사용하는 나라는 점점 증가하는 추세이다. 언어가 그 문화를 대표한다면 그 사회의 정체성은 점차 혼란을 겪게 될 것이고 자국의 글자를 사용하고 발전시키는 일이 힘들어 질 것이다. 국내에서도 외래 글자의 남용을 경계하는 목소리가 점차 힘을 얻는 것도 같은 논리에서 찾을 수 있다. 이니스의 커뮤니케이션 이론은 문화와 미디어의 관계를 잘 설명하고 있다.

12) 류제필, 「마셜 맥루한 '미디어론'의 현대적 전개」, 성균관대학교, 1995, pp.48-50.

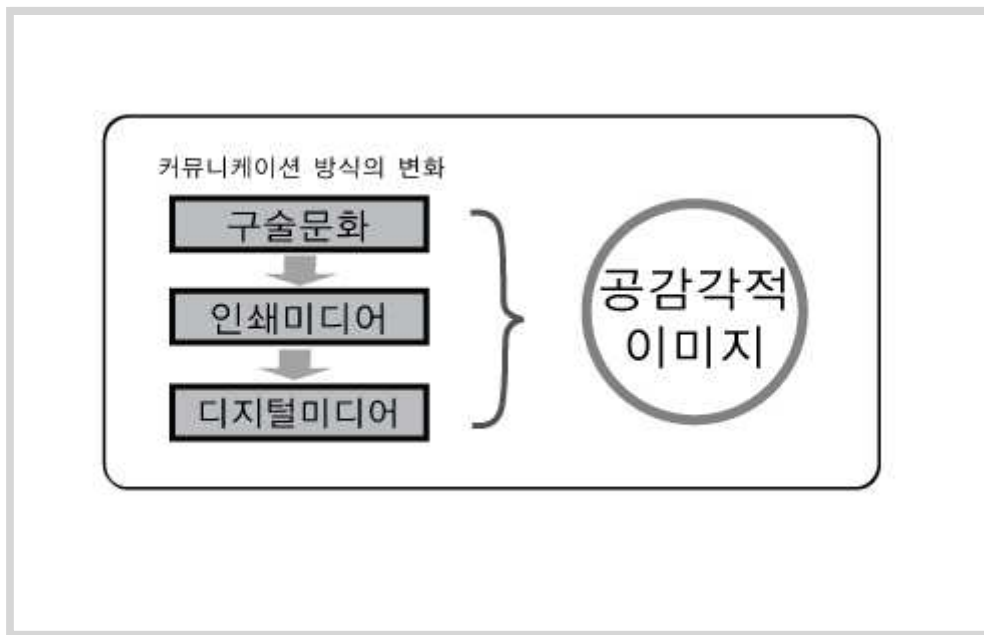
니케이션의 편재성 이론을 글자에 적용하면 언어로서의 글자를 시간으로 비언어적인 글자를 공간으로 구분할 수도 있을 것이다. 언어적인 글자는 국가나 민족의 문화로서 보존, 발전 시켜야 하는 대상으로, 비언어적 글자는 고유의 언어를 이미지로서 자유롭게 전달하는 매체로서 구분이 가능할 것이다.

언어로서 의미를 가지는 글자는 국가나 사회의 중요한 문화로서 지속시키며 발전시켜야 하지만 지나치게 왜곡되고 변형되는 것을 경계하여야 한다. 최근에 인터넷에서 한글의 지나친 왜곡이 사회적으로 문제가 되는 것도 같은 이유일 것이다. 비언어적인 글자는 언어적인 글자보다 전달속도가 빠르며 국가 간 이동이 자유롭기 때문에 글자 이미지나 회화, 음악 등을 이용한 문화의 전달을 통하여 자국의 문화를 보급하고 긍정적인 이미지를 만들어 낼 수 있을 것이다.

3.4. 공감각적 이미지

인간이 외부에서 자극을 받았을 때 ‘보았다’, ‘들었다’ 등의 한 가지 감각에 치중된 표현을 하게 되고 한 가지 감각만을 편중되게 인식하지만, 두 가지 이상의 감각이 융화되는 경우 즉, 공감각을 바탕으로 하여 외부를 지각하는 상황이 많이 일어난다. 예를 들면 영화를 ‘보았다’라고 하지만 실제로는 청각정보도 동시에 전달 된 것이다. 언어라는 요소가 정보 전달에 중요한 요소이기 때문이다.

인간의 감성에 영향을 미치는 공감각의 개념을 살펴보면, 감각의 한 수용 세계에 자극이 주어졌을 때 직접 그 감각계통에 따르는 반응 외에, 다른 감각 계통에 따르게 되는 감성 반응을 함께 불러일으키는 현상이라고 정의할 수 있다.¹³⁾ 이미지는 과거의 ‘보다’, ‘듣다’에서 ‘보고 듣고’로 환경이 변화 하였고 최근에는 ‘보고 듣고 만지다’, ‘보고 듣고



<표 2> 공감각적 이미지

먹다’ 등의 보다 복잡한 감성적 구조를 만들어 내고 있다. 일반적으로 감각이 결합되면 단순히 더해지는 것이 아니라 더 큰 효과를 만들어 낸다고 본다. 엘 리시츠키는 움직임(movement) = 공간(space) X 시간(time) 이라고 정의하였다.

예술과 디자인의 새로운 개념과 언어의 이미지 융합을 구하며, 기계적인 아름다움을 인식한 운동이 러시아의 구성주의에 파급되었는데 러시아의 엘 리시츠키(El Lissitzky)는 타이포그래피를 다이내믹 타이포그래피라는 명제로써 전통적인 시각면에서의 개방을 주장하였다. 그는 기존의 인쇄환경의 공간에 대한 개념을 확대 적용시키는 방법으로 역동적인 공간의 구성, 강한 대비와 색의 중첩, 몽타주 기법, 여백의 공간을 활용, 비대칭의 균형, 산 세리프체 사용 등의 가능성을 실험하였다. 이러한 개념은 공간의 활용이라는 측면에서 그 당시에는 혁신과 같은 것

13) 이은정, 「청각 이미지의 시각 표현에 관한 연구」, 홍익대학교, 2003, p18

들이었다. 최근의 디자인은 수용자에게 복수의 감각을 요구하는 복합적인 미디어의 형식을 가지고 있으며 미디어의 빠른 발전 속도와 더불어 상호 활발하게 작용하며 변화하고 있다.

공감각적 표현을 미디어 학자 마셜 맥루한은 핫미디어(hot media)와 쿨 미디어(cool media)로 나누어 명세도(high-definition)가 높은 핫 미디어는 정보전달량이 많아 별다른 수용자의 참여가 필요치 않지만 명세도가 낮은 쿨 미디어는 수용자의 참여가 필요하며 추상적인 개념으로 보았지만 핫 미디어와 쿨 미디어가 연속적인 개념이 강하여 확실하게 구별되지 않아 논의가 필요한 부분이 남아있다.

맥루한의 커뮤니케이션의 속성에 관한 중요한 명제는 ‘미디어는 메시지를 다’라는 명제를 통하여 메시지는 미디어를 통해 전달되지만 정보의 형식은 미디어의 속성에 따라 규정되는 것이라는 관점에서 볼 수 있을 것이다.

여기에서 주목해야 할 점은 맥루한이 미디어의 중요성을 강조하는 것에 그치지 않았다는 것이다. 그에 따르면 미디어 테크놀로지는 인간과의 새로운 인터페이스를 창출한다. 그런데 이때의 인터페이스는 단순히 메시지의 교환이 이루어지는 커뮤니케이션의 접촉점으로만 정의되는 않는다. 오히려 그것은 바로 그러한 접촉점의 확산을 통해 인간에게 외부 세계에 대한 새로운 경험 양식을 제공한다. 맥루한의 표현을 직접 빌리면, 미디어와의 상호 작용을 통해 인터페이스 상에서 구성되는 모든 즉각적 지각은 외부 세계를 내면화하는 동시에 새로운 방식으로 그 세계를 재창조한다. 따라서 이 논리에 의하면, 영화의 시대에 살던 사람과 텔레비전의 시대에 살던 사람은 서로 다른 방식으로 세상을 지각하고 인지한다. 영화는 영화 나름의 질서로, 텔레비전은 텔레비전 나름의 질서로, 새로운 경험 양식과 지각 패턴을 제공할 테니 말이다.¹⁴⁾

이처럼 맥루한은 인간이 미디어의 발달을 통하여 감각의 확장을 가져

올 수 있다고 말하였다. 영화에서 텔레비전으로 그리고 인터넷과 디지털 시대로 미디어는 그 발전 속도가 더욱 빠르게 변화하고 있고 맥루한의 말처럼 감각적인 면을 다양하게 만족시킬 수 있는 표현 양식도 다양성과 질적인 측면으로 모두 발전하고 있다. 하지만 이와는 반대로 생각하는 의견도 있을 것이다.

프랑스의 포스트모더니즘 이론가 장 보드리야르는 ‘미디어는 인간 신체의 확장’이라는 맥루한의 전언을 비웃으며 그 관계를 뒤집는다. 그에 따르면 ‘미디어는 인간 신체의 확장이 아니라, 인간이 미디어의 확장’일 뿐이다. 즉 미디어는 더 이상 인간의 도구가 아니다. 미디어가 매개하는 현실과 인간이 실제로 경험하는 현실이 서로 복잡하게 뒤얽히면서, 이미 오래전에 미디어는 도구론의 차원을 벗어났다. 그런 측면에서 인간이 인터랙션의 주체라는 주장은 자기기만일 뿐이다. 인간은 진실과 허구의 미로 속에서 헤매고 있을 뿐이며, 따라서 기껏해야 통제와 감시의 대상에 불과하다.¹⁴⁾ 이러한 주장도 설득력이 아주 없지는 않지만 단지 가정일 뿐이고 아직은 미디어의 발전이 주는 표현방식의 확장을 실험적으로 응용하고자 하는 노력이 더 설득력이 있을 것이다. 물론 영화에서처럼 컴퓨터가 다 알아서 디자인을 한다면 편리하기는 하겠지만 예측하지 못했던 결과를 얻기도 하는 인간의 디자인과는 다를 것이고 오히려 시각적인 표현을 획일화하여 인간의 지각을 표준화하여 감각적인 면에서의 발전을 저해하는 결과를 초래할 수도 있을 것이다.

월터 옹은 커뮤니케이션의 발달에 따라 인류의 소통방법이 크게 1차 구술 문화 - 문자 문화 - 2차 구술 문화로 구분할 수 있다고 하였다. 소리로 의사소통을 하는 시기인 구술 문자의 시대에서 글자를 이용하는 글자 문화의 등장은 글쓰기를 통하여 내면의 생각을 시각적으로 표현함으로써 내성적인 글쓰기 문화로 변화하였다. 기술의 발달로 다양한

14) 박해천, 『미디어는 마사지다; 열두 줄의 20세기 디자인사』, 디자인 하우스, 2004, p113

15) 앞글, p118

미디어와의 결합된 2차 구술 문화는 지각방식의 변화를 가져왔고 결국 이러한 지각방식의 변화가 표현하는 방법적인 변화를 가져오게 하였다. 즉, 인쇄술의 발달로 기록만을 위한 글자가 미디어의 발달로 공간의 개념을 가지게 되었고 인쇄 공간의 여백은 의미를 가져오게 되었다. 여백이라는 공간 개념은 모더니즘과 포스트모더니즘의 담론 형성에도 매우 중요한 요소로 작용하였다. 인쇄공간은 텍스트의 역동적인 표현을 가능하게 하고 글자와 공간의 상호작용을 통하여 작가의 표현의 폭을 넓히는데 기여하였다. 글자문화는 해체주의의 표현에 디지털 타이포그래피가 결합하면서 움직임이라는 표현 요소를 추가하면서 감각의 재구조화를 진행하였다. 옹은 구술문화의 특징을 전 감각을 사용한 촉각적이라고 설명하였는데 디지털 시대에는 들으며 읽게 되고 촉각적인 공감각적인 미디어로 변화하였다. 옹은 제2의 구술문화를 혼성체 혹은 혼합체(synthesis)로 보고 이는 새로운 커뮤니케이션 기술과 전통적 기술의 문화적 효과가 변증법적으로 조화를 이루며 사회적, 문화적, 심리적 변화를 가져온다고 보았다.¹⁶⁾

다시 말해 뷰파인더적인 눈은 체험적인 영상문화를 받아들이면서 비판적 거리를 유지하던 근대의 글자문화로부터 벗어났다. 또한 복합적인 시선을 창출하는 새로운 카메라의 기법이나 시점을 자유롭게 활용하는 동영상의 등장으로, 영상시대의 눈은 투시법의 획일적 시선에서 벗어나 새로운 상상력을 날게 되었다. 이런 변화들은 글자문화의 선형적 인간을 다시 모자이크적 인간으로 변화시키고, 그것은 오늘의 다원적 문화, 감각·감성 중심의 포스트모던 사회로의 이행과 관련된다. 하지만 영상시대의 눈은 글자문화의 눈을 배격하는 것은 아니고, 그 이성적 특질을 포괄한 총체적 양상을 띠는 것으로 나타난다. 이는 멀티미디어의 총체적 특성과 관련된다.¹⁷⁾

16) 이동후, 「기술 중심적 미디어 론에 대한 연구: 맥루한, 옹, 포스트만을 중심으로」, 언론과 사회 제24권, 1999, pp.6-44.

멀티미디어라는 용어는 과거에는 특정한 관련 직종에서 통용되던 단어였지만 지금은 보편적으로 사용하는 단어처럼 받아들여진다. 이는 미디어에 대한 관심이 높아지면서 노출 빈도가 높아진 이유도 있겠지만 멀티에서 주는 의미가 미디어의 발전과 디지털 커뮤니케이션 방식의 다양화로 여러 미디어가 혼합되는 자연스러운 현상이 낫설지 않기 때문일 것이다. 그리고 미디어가 계속 발전하고 커뮤니케이션 방식이 계속 다양하게 혼합된다면 완성형이 아닌 진행형의 의미를 가진 단어가 된다. 맥루한이 말하는 두 가지 이상의 감각이 혼합되는 쿨 미디어와 멀티미디어는 같은 맥락에서 이해 할 수도 있을 것이다.

이러한 혼합되는 양식의 미디어는 의미를 표현하는 방식에 따라 정보 전달의 측면을 중시하거나 표현 방식을 중요시 할 수도 있으며 미디어를 다루는 주체에 따라서 그 해석이나 정의가 다르게 내려질 수 있다.

맥루한은 미디어의 정의를 새롭게 인간의 신체 및 감각기관의 기능을 확장하는 것은 모두 미디어라고 하고 이것이 모두 커뮤니케이션 미디어라고 말한다. 캐더린 맥코이(Katherine Mccoy)는 “언어는 이미지화 될 수 있다. 타이포그래피는 읽히는 것뿐만 아니라 보여 지는 것이므로 시각적, 언어적 양면이 동시에 표출되어야 한다.”라고 하였다. 모든 예술 장르에 나름대로의 언어들이 있듯이, 시각 디자인에도 시각언어라는 것이 있다. 여기에서 말하는 시각언어란 우리들이 사용하고 있는 언어나 글자의 형태는 다르지만, 그 기능은 동일하다.¹⁷⁾

인간의 감각 기관에서 시각적인 감각은 다른 감각에 비해 그 비중이 매우 크다. 시각적인 감각이 우선시되는 구조이지만 다른 감각이 상호 작용을 하기 때문에 이미지성이 강한 글자를 보고 많은 감각이 작용을 한다면 그 효과는 매우 클 것이며, 매체의 기술적 발달은 이러한 작용

17) 최민성, 「멀티미디어시대의 시적 이미지 연구」, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2002, p101

18) 이은정, 「청각 이미지의 시각 표현에 관한 연구」, 홍익대학교, 2003, p62

을 보다 쉽게 이루어지게 한다.

4. 기호학적 해석에 따른 관계변화

글자가 언어로서의 기능을 하는 것은 그 언어를 사용하는 사람들이 해석 가능할 때에 글자언어로서 역할을 한다. 만약에 해석하는 사람이 전혀 알지 못하는 문화권의 언어가 글자로서 기능을 가지고 있다면 그 해석은 전혀 다른 의미로 다양하게 나누어질 것이다. 글자를 변형하지 않더라도 추상적 이미지로서의 기능을 할 수 있다. 이렇게 약속된 기호인 글자를 사용하는 일은 해석의 방식에 따라서 여러 기호학 이론을 통하여 연구되어 왔다. 여러 기호학 이론 중에서 글자의 이미지성과 관련하여 롤랑 바르트, 에코, 퍼스의 이론은 기호학의 다양한 해석이론을 제시하고 있다.

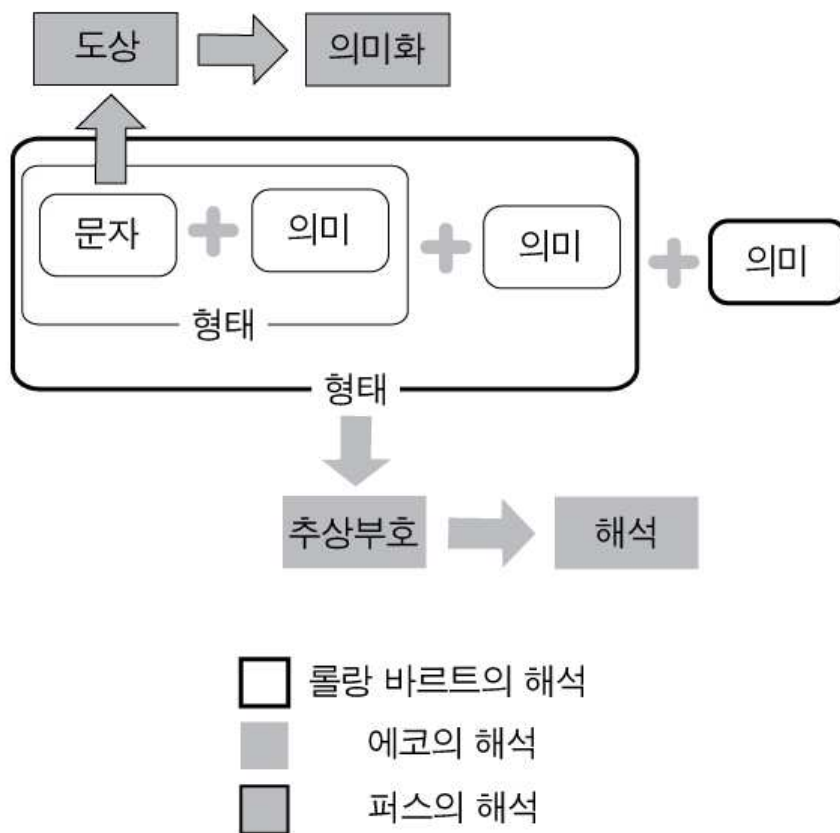
4.1. 롤랑 바르트의 해석

글자가 언어로서 사실적인 표현을 하는 것과 이미지로서 상징적인 표현을 하는 것으로 나누어서 생각했을 때에, 롤랑 바르트(Roland Barthe)의 기호학적 분석이 이들의 관계를 가장 설득력 있게 설명해 줄 수 있는 내용 중의 하나이다. 하지만 기호학이라는 것만으로 설명하기에는 부족함이 있는 것도 최근 나타나고 있는 시각 매체 표현의 다양성이다. 시각정보가 과거와 달리 문화적인 영향에 많이 노출 되어 있

기 때문이다. 반면, 기호학 이론은 텍스트가 제공하는 의미를 작가와 수용자의 관계를 통해 분석할 수 있도록 어느 한계까지는 도와줄 수 있기 때문에 텍스트와 이미지가 가지는 의미를 기호학적 방법론으로 살펴 볼 필요가 있다.

데노타시옹(denotation)과 코노타시옹(connotation)은 엘름슬레우가 처음으로 말했으나 롤랑 바르트가 차용하여 널리 퍼뜨린 이후 기호학의 중요한 개념으로 정착했다. 기표와 기의의 결합에서 의미작용이 생기는데, 이 의미작용 역시 두 개의 층위가 있다. 그 첫 번째 층위가 데노타시옹으로, 이것은 단어의 ‘글자 그대로의 의미’ ‘명백한 의미’ 혹은 ‘상식적인 의미’이다. 우리말로로는 외시(外示)라고 한다. 우리가 사전에서 찾아보는 말들의 의미가 바로 이것이다. 의미작용의 두 번째 층위인 코노타시옹은 한 단어가 가진 사회 문화적 연관 혹은 이데올로기적 연관을 지시하는 개념이다. 예컨대 니그로(negro)라는 단어는 글자 그대로의 사전적인 의미는 ‘피부가 검은 사람’이라는 뜻이지만, 사회, 문화적, 이데올로기적인 의미는 ‘백인 사회에서 천대받는 유색인종’을 뜻한다.

이것이 코노타시옹이고 우리말로로는 공시(共示)라고 한다. 외시는 단 하나지만 공시는 무수하게 많을 수 있다. 윌든(Wilden)은 데노타시옹을 디지털 코드로, 코노타시옹을 아날로그 코드로 간주하기도 했다. 모든 기호에는 외시와 공시가 있다. 외시의 층위에서 기호는 기표와 기의가 결합되어 있다. 그런데 공시는 이 기호, 다시말해 ‘니그로’라는 시각적, 청각적 물질성과 ‘검은 피부의 사람’이라는 의미가 결합된 이 기호를 다시 하나의 시니피앙으로 삼아 그것의 시니피에를 찾는 것이다. 그러므로 코노타시옹은 외시적 기호를 시니피앙으로 삼아 거기에 또 다른 시니피에를 추가시키는 2차 의미작용이다. 따라서 시니피앙과 시니피에를 정하는 것은 전적으로 분석의 수준에 달려 있다. 한 쪽 층위에서 시니피앙인 것이 다른 쪽 층위에서는 시니피에가 되기 때문이다. 바르트는 이런 2차 의미작용을 넘어 세 번째 단계의 층위도 있다고 말한다.



<표3> 기호학 구조의 비교

다름 아닌 신화의 층위이다.¹⁹⁾ 글자에 비유해본다면, 의미를 기록하기 위해 만들어진 글자는 데노타시옹이 되며, 글자의 형태, 이미지에서 발생하는 의미는 코노타시옹이 된다. 이러한 의미작용과 기호작용은 글자의 의미와 형태 사이에서 반복될 것이다.

타이포그래피를 분석하는 데 있어서, 타이포그래피에 의 텍스트와 내적 이미지, 그리고 외적인 이미지와의 관계라는 측면에서 볼 때, 이들

19) <http://deer.smu.ac.kr/~cjpark/essay/semio.htm>

이 관계 맺는 방식의 연속선상에서 각각의 위치가 명확하게 구별될 수 있는 세 지점을 찾아낼 수 있을 것이다. 도식적으로 표현한다면 타이포그래피의 텍스트를 중심으로 하는 유형, 타이포그래피의 텍스트와 이미지가 상호 결합되는 유형, 그리고 타이포그래피 외적인 이미지에 중심을 둔 유형으로 크게 구분될 수 있다. 타이포그래피에 있어서 중심이 되는 것은 텍스트의 문제이지만 텍스트가 갖는 이미지성을 생각하지 않고는 타이포그래피에 심층적으로 접근하기 어려우며, 이미지와 텍스트는 서로 다른 양상으로 드러나면서도 모두 어떤 메시지를 전하고 있는 기호라는 점에서 함께 다루어질 필요가 있다. 롤랑 바르트는 “기호학내재된 언어적 텍스트와 시각적 이미지의 상호관계뿐만 아니라, 타이포그래피가 외적으로 관계를 맺는 비언어적이고 재현적인 이미지와의 관련성을 생각해볼 필요가 있다. 이러한 타이포그래피자는 글자와 이미지를 동일하게 취급할 근거가 있다. 그가 글자와 이미지에서 취하는 것, 그것은 글자와 이미지 둘 다 모두 기호(sign)라는 것이고, 의미하는 동일한 기능이 부여된 글자와 이미지는 신화의 출발점에 이르러 둘 다 모두 대상언어활동을 구축한다.”²⁰⁾라고 말하여 이미지와 텍스트가 동등한 기호 활동을 이루는 요소임을 이야기하고 있다.²¹⁾

바르트는 자신의 연구를 “언어에 대한 역사적 관심의 흔적²²⁾”이라고 표현한 것처럼 여러 분야에서 활동하면서도 그 중심은 기호에 관한 앞으로의 다양한 변화 가능성을 한 분야로 고착시키는 것이 아니었다.

바르트의 기호 이론은 기본적으로 후기 구조주의적 사유 틀에 기반하고 있다. 기호는 정해진 한 곳에 머무르지 않는다. 오히려 주어진 장

20) 롤랑바르트, 이화여대 기호학 연구소 옮김, 『현대의 신화(Mythologies)』, 동문선, 1997, p273

21) 송숙영, 「이미지-텍스트 관계에서 본 동아시아 타이포그래피의 기호적 성격」, 홍익대, 2000, pp.23-24.

22) Le Nouvel Observateur, Jan 10, 1977, p273

속에서 이미 구획된 길들을 따라가지 않고 경계를 가로지르면서 무한한 의미화의 장으로 나아간다. 의미의 떨림 혹은 차이와 지연을 통해 보편적 개념이 만들어 놓은 궤도로부터 이탈해가며 코드화 되지 않는 역동적인 의미를 생성한다.²³⁾

바르트의 기호학은 텍스트의 활용 가능성의 측면에서 텍스트의 이미징성을 언어적 측면이 아닌 사진과 같은 이미지성으로 언급함으로써 텍스트의 이미지 활용의 무한한 가능성을 말하였다.

4.2. 에코의 해석

에코(Umberto Eco)는 시각적인 해석을 수용자의 측면에서 중요하게 다루고 있다. 이는 기호학 이론과 현대의 미디어와의 접근 가능성을 가장 근접하게 하는 요소이기도 하다. 에코가 기호학의 주체 문제를 깊이 다루지 않은 것은 그의 전반적인 이론의 방향과 무관하지 않다. ‘해석 기호학’으로 일컬어지는 그의 이론은 삶의 과정 속에서 다양한 기호들을 사용하는 인간 주체의 문제보다는, 기호 자체의 메커니즘 및 그 작동 방식에 대한 탐색에 더 많은 관심을 기울인다. 그레마스의 이론은 텍스트의 의미의 생성 경로를 치밀하게 추적하는 것과는 달리, 에코는 텍스트의 해석 과정과 그 논리의 모델을 세우고자 한다. 기호학의 입장에서 볼 때 본질적으로 모든 문화 현상은 그 자체로써 고유의 기호를 형성하며, 또한 기호들을 통하여 생산되고 유통·소비될 수밖에 없다. 그러므로 그에 의하면 문화는 기호학적 측면으로 총체적인 연구를 할 수 있는 것이다.

에코는 시각예술에서 비공식적 기호가 형태의 죽음을 의미하지는 않

23) 류영석, 「롤랑 바르트의 후기구조주의 텍스트 이론 연구」, 홍익대, 2004, p85

지만, 대신에 새로운 유연한 형태를 제안한다고 본다. 이것은 가능성의 장이다. 몸짓 부호와 추상 미술의 훌뿌리기는 관람객이 작업 안에서 나름의 연결고리를 만들도록 자극한다. 이 부호를 남긴 원래의 제스처를 읽는 것이 부호에 의해서 고정되고, 이 부호 내에 있고, 결국 이 부호를 만든 사람의 의도로 우리를 인도할 것이다. 에코에 따르면 이것은 균열된 포장도로의 패턴과 예술 작품을 구분하는 의도이다. 부호(mark)는 단지 행동(action)을 대신(stand for)하는 것이 아니라 그것이 바로 행동이다. 제스처와 기호는 함께 융합된다. 도로표지나 또는 알파벳 같은 학습한 상징적 기호는 정의된 기호의 세트에 속하지만, 추상 부호는 해석을 필요로 한다. 그것들은 디지털 코드라기보다는 음악이나 무용의 동작과 같은 아날로그적 코드로 여겨진다. 에코는 독자에게 기호를 자유롭게 연상하게 허용할 때 그들이 이것을 하는 경험을 즐기고, 게다가 동시의 기호의 미학을 즐기는 것이라고 주장한다. 독자는 즐거움과 놀람의 게임에서, 작가들이 그랬던 것처럼 작가의 의도를 해석하려고 노력하면서 그들이 가능한 한 많은 연상(association)을 시도한다.

시각 예술에서의 열린 작업은, 에코에 의하면, 즐거움이 더해진 커뮤니케이션을 보증한다. 두 사물이 더욱 전통적인 기호의 읽기에서 발견되지 않은 방식으로 함께 연결되어 있다. 우리가 도로 표지를 읽을 때, 그것의 의미는 학습되었고, 우리는 메시지를 읽지만, 좀처럼 그 기호의 미학에 감탄하지는 않는다. 오직 우리들 중 특별히 산업적인 미의식이 강한 사람들만이 기호가 만들어지는 방식이 효과적이라는 데 즐거워할 것이다. 개방성은 즐거움이다. 우리의 시각 문화는 세계를 가능성의 세계로 볼 수 있게 우리를 이끌어 준다.²⁴⁾

기호학은 ‘글자와 이미지’라는 개념을 문화적 논쟁의 공간으로 개방하

24) 데이빗 크로우, 『기호학으로 읽는 시각 디자인』, 박영원 옮김, 2006, 안그래픽스, p176

는 역할을 하고 있다. 이는 단정하지 않고 정치, 사회, 역사, 문화 등의 영향을 받으면서 지속되고 발전되고 있는 것이다.

4.3. 퍼스의 해석

“어떤 다른 것을 의미 있게 대신할 수 있는 것이면 무엇이든 기호가 될 수 있다”고 한, 미국 기호학의 창시자인 퍼스(Charles S. Peirce)에 의하면 기호에는 도상icon, 지표index, 상징symbol이라고 하는 지금까지 논의된 것과는 다른 성격이 있다.

대상체와 유사한 기호를 도상이라고 한다. 그래서 도상은 그것이 대표하고 있는 대상체와 비슷하게 보이거나 비슷한 소리를 내거나 비슷한 이미지를 갖고 있다. 매우 중요한 도상의 체계는 표상문자(상형문자)들이다. 눈 目 자는 눈을 닮았다. 귀 耳 자는 귀를 닮았다. 달 月 자는 달을 닮았다. 로마 숫자 I와 아라비아 숫자 1 그리고 한자 一은 하나라는 의미를 뜻하며, 또는 한 개의 손가락 같아 보이는 의미의 도상이다.

<하나>라는 기의가 도상이라는 이미지가 될 때가 있는데, 이 때 도상은 표의문자가 된다. 기의와 기표가 합쳐져서 또 다른 기표로 되는 경우, 즉 표의문자가 바로 그런 경우의 기호라고 볼 수 있다. 이때 이미지와 의미는 같은 것이 된다.

우리 주변에는 수없이 많은 도상들이 있다. 어떤 것은 진실을 말하기 위하여, 어떤 것은 사람을 속이기 위하여, 어떤 것은 예술을 위하여, 어떤 것은 산업을 위하여, 수없이 많은 목적들을 위해 도상들은 만들어진 다.

상징은 임의로 만들어진 기호이다. 그래서 기호와 대상체 사이에 어떤 연관이나 유사성이 없이 약속에 의해서 만들어진 다. 다시 말하면 약속 또는 사회적 계약이 상징이 지니는 의미의 원천이다. 세계 각국의 말

(언어)이 모두 상징이다. 학교 마크들은 상징이다. 아라비아 숫자 8(기표) 속에서 여덟을 의미한다고 기호 사용자들이 서로 동의한 것에 불과하다. 우리말로 개라고 써 놓은 글은 상징이다. <개>자에 개 같은 데라곤 전혀 없다. 약속으로 그렇게 배웠을 뿐이며, 약속으로 얻게 된 상징일 따름이다.²⁵⁾

퍼스에 의하면 언어는 청각적이며, 시간성에 의존하고, 상징적이 되려는 경향이 있는 반면, 글자는 시각적이고 공간성에 의존하며 도상적이 되려는 경향이 있다.

소쉬르는 “기호의 산출수단은 전혀 문제가 되지 않는데 이는 체계와 아무 상관이 없기 때문이다. [...] 글자를 흰색으로 쓰건 검은색으로 쓰건 음각으로 하건 양각으로 하건 펜으로 쓰건 끝로 파건 그 의미에는 아무 상관이 없다는 것이다.”²⁶⁾라고 하여 글자의 가치는 그 표현 방법에 따라 달라지는 것이 아니라고 하였다. 우리는 여기서 소쉬르의 일반 기호학 이론의 핵심원리인 자의성의원리가 여전히 효력을 발휘하고 있음을 확인할 수 있다.

로이 해리스(Roy Harris)는 소쉬르의 이러한 주장을 정면으로 반박한다. “흰색 혹은 검은색, 양각 혹은 음각, 붓 혹은 끝 등으로 글자를 쓴다고 하는 것은 메시지의 의미에 매우 중요하다”²⁷⁾. 이것은 퍼스가 이야기하는 글자의 도상성을 대변해 주는 말이다. 기호의 산출수단은 기호의 의미해석에 무관하지 않다고 하는 반론이다. 글자가 쓰인 텍스트 속에서 ‘메시지의 의미가 문제된다고 한다면 그 글자를 어떤 형태로 쓰느냐는 분명히 중요한 변수로 작용할 수 있을 것이다. ‘불조심’이란 경고문을 쓸 때 사람들은 노란색으로 하지 않고 빨강색으로 한다. 이는 결코 자의적인 선택이 아니다. 다시 말해 어떤 색으로 하느냐는 이 경

25) 김경용, 『기호학이란 무엇인가』, 민음사, 1994, p43

26) 최승언옴김, 『일반언어학강의』, 1990, p142

27) 앞글, p32

고문의 의미에 매우중요하다. 그렇다면 소쉬르의 문자 기호학적 원리는 폐기되어야하는가? 마크아라비안(Marc Arabyan)은 글자를 체계가 아니라 텍스트 속에서 고려한다면 글자를 비언어학적 메시지와 언어학적 메시지의 종합으로 재정의 할 것을 제안한다.²⁸⁾

5. 새로운 미학 측면에서의 관계변화

타이포그래피의 목적이 의미전달의 글자일 때와 이미지 중심의 글자일 때 모두 아름답게 표현하고자 하는 의도는 대부분이 공통적일 것이다.

그리스 시대의 미학에서도 ‘추’한 것은 아름다움을 위해서 필요한 것이며 기본적으로 인간의 아름다움을 표현하고자 하는 욕망을 많이 다루고 있다. 시대가 변하면서 아름다움의 기준과 개념이 많이 변하기는 하지만 최근의 미디어 환경에서의 객관적 기준은 과거와는 많이 변화하고 있다. 대중적이지 않더라도 소수의 계층만을 위한 아름다움도 존재할 수 있으며 너무도 이해하기 어려운 작품에 열광하기도 한다. 과거의 추상적, 실험적 표현과는 다르게 지금은 거의 실시간으로 작품에 대한 평가를 얻어내고 반영할 수 있다. 이러한 변화가 긍정적일 수도 있지만 아름다움에 관한 뚜렷한 목적의식이 없이 무분별하게 추상적이고 왜곡, 변형된 작업을 양산하는 부정적 견해도 있다.

28) 최용호, 『글자의 색깔』, 한국기호학회, 2005, p172

5.1.모더니즘적 아름다움

모더니즘으로부터의 타이포그래피의 목적은 기능과 효율성을 기본으로 한 정확, 신속한 정보전달이다. 여기서의 ‘기능’이란 정확하게 읽히고 대량생산을 위한 경제성에 국한된다.

1917년 러시아 혁명이후 소비에트 연방이 형성되는 약 10여년에 걸쳐 전개된 러시아 구성주의는 혁명이전 구체제의 박해를 피해 유럽 여러 나라에서 망명 생활을 하던 러시아의 예술가들의 프롤레타리아 문화 건설로의 동참으로 타이포그래피 역사에 큰 역할을 담당하게 된다. 20세기 초의 러시아는 중공업을 기저로 각종 기간산업이 건설되기 시작해 전대의 관료 행정과 시장의 중심지들이 근대적인 공업도시로 전화되어 가고 있었고, 이러한 분위기는 미술자체가 산업현장과 정신적 연대감을 직결시킬 수 있는 운동으로 나타났다.

엘 리시츠키(El Lissitzky)는 1917년 10월의 러시아 혁명을 인류를 위한 새로운 출발로 보았다. 공산주의와 사회공학은 새로운 질서를 창조할 것이라 믿었고, 기술은 사회의 요구에 부응할 것이며, 예술가와 디자이너는 보다 풍요로운 사회와 환경을 건설하여 예술과 기술의 통일을 이룰 것이라고 확신했다. 그러나 러시아의 디자인적 환경의 후진성에 한계를 느끼고 독일로 이주, 베를린을 여행하면서 데 스틸, 바우하우스, 다다이스트들, 구성주의자들과 접촉하였다. 1920년대 초기 독일은 동서의 진보사상이 서로 교우하는 곳이었다. 이러한 엘 리시츠키의 검은색 글자와 흰 여백의 공간, 굵은 줄의 활용에 의한 시각적 강조 방법에 의한 명확한 구상적 감각의 레이아웃은 얀치홀트(Jan Tschichold) 에게도 영향을 주게 되었다. 쿠르트 바이데만(Kurt Weide-mann)은 “얀 치홀트는 그의 전 생애를 통해 활자와 페이지 레이아웃에만 전념해 왔다. 활자를 어떻게 레이아웃 해야 하는가는 아무도 가르쳐 주지 않았으며 라이프찌히의 아카데미 시절에도 그것을 가

르쳐 줄 교사를 찾지 못했다. 더구나 이러한 목적 하에서 공동으로 연구하는 어떤 그룹에 소속된 것도 아니었고 또한 숙련가의 제자였던 것도 아니었다. 그가 도달한 결론은 완전히 독자적인 연구를 통해 얻은 것이고, 그가 오늘날 계통화 시킨 법칙은 500년에 걸친 익명의 타이포그래피의 역사를 연구함으로써 얻어진 결과이다”라고 말하고 있다.

산업혁명 이후 기계 생산이 가능해지고 기계의 생산에 적합한 형태 또한 장식이 배제된 효율적 조정기술, 즉 일반적으로 수리 감각 및 질서 감각을 바탕으로 한 모호하지 않은 명쾌함, 분명함과 솔직성을 그 특성으로 하는 기능주의는 바우하우스의 표준화와 단순화로 대표된다.²⁹⁾

바우하우스는 요하네스 이텐의 후임으로 모홀리 나기가 교수로 초빙되면서 타이포그래피에 대한 관심이 커졌다. 열렬한 구성주의자인 모홀리 나기는 예술의 주관주의적 정의를 부정하며 새로운 테크닉과 매체에 눈을 돌려 시각과 마음을 개방할 것을 주장했다. “타이포그래피는 하나의 전달 수단이다. 그것은 가장 효과적인 형태를 가진 명료한 전달수단이지 않으면 안 된다. 그 명료함은 특히 강조되어야 한다. 왜냐하면 이것은 원시시대의 그림 문자에 대응하는 우리들의 글자의 본질이기 때문이다. 그러므로 우선 첫째 모든 타이포그래피에 관련된 작품은 일의적으로 명료해야만 한다. 읽기 쉬워야 하며 그 전달 수단은 결코 선형적으로 승인된 미학 등에 의해서 혼돈되어서는 안 된다.”

1933년 나찌의 방해와 제2차 세계대전의 혼란으로 독일의 모던 디자인 운동이 여러 국가로 흩어지게 될 때 이러한 바우하우스와 뉴 타이포그래피의 정신은 바우하우스에서 수학한 테오 발머(Theo Ballmer)와 막스 빌(Max Bill)과 같은 스위스 디자이너들을 통해 이어졌다. 1950년부터 56년까지 막스 빌은 바우하우스와 교육적 이상을 재현하고자 설

29) Steven Heller & Elinor Pettit, *Design Dialogue*, Allworth Press, 1998, p7

립된 독일의 울름(Ulm)조형대학에서 수학적 접근에 의한 순수한 형태의 추구하고 아름다움이라는 그의 미학을 타이포그래피 작업을 통해 전파하였다.

이와 비슷한 시기에 스위스의 바젤과 취리히를 중심으로 모던 디자인 운동이 전개되기 시작했다. 스위스모더니즘은 정보의 객관적이고 명확한 전달을 위해 중립적이고 정확한 소리를 가진 산 세리프체를 사용하고 화면 구성에 수학적이고 과학적인 그리드시스템을 도입하였다.³⁰⁾

데 스틸 운동과 구성주의, 바우하우스, 그리고 1920년대와 1930년대의 뉴 타이포그래피로부터 발전한 이 국제적인 양식은 실제로 ‘쥘리히’와 ‘바젤’이라는 두 학교로부터 전파되었다. 그들은 축약된 구조만이 커뮤니케이션을 위한 운송수단이며, 이는 전달하고자 하는 메시지를 다각도로 철저히 분석하는 것으로 시작된다고 생각하였다. 메시지 전달을 위한 적절한 구조를 찾아 내기 위하여 디자이너는 메시지에 대해 가장 기본적인 질문을 하기 시작해야 하고, 밖으로 보여지는 외적인 스타일은 가능한 멀리해야 한다고 교육하였으며,³¹⁾ 이러한 방법은 은유적이고도 모두가 공감할 수 있는 메시지로 귀결되었다.

수학적이고 시각적으로 통일감을 주는 이 디자인 양식은 전세계를 통하여 많은 디자이너들을 그 객관적 명료성으로 사로 잡아 20년이 넘도록 주요한 영향력을 발휘하였다.³²⁾ 또한 (첨가) 엘 리시츠키로 시작하여 스위스 타이포그래피로 계승되는 산 세리프체는 기능적 형태라기보다 경제적 형태였고, 비대칭적 레이아웃은 생활 형태의 변동을 상징한 리듬적 표현이었다.

30) 김현미, 「신 타이포그래피의 전통을 잇는 서체」, 월간디자인 2004/4, p145

31) Steven Heller & Seymour Chwast : *Graphic Style*, Harry N. Abrams INC., 1988, p199

32) 김지현, 『그리드』, 미진사, 1991, pp.28-29

5.2. 해체화, 혼합화, 비정형화의 아름다움

스위스 바젤학교에서 스위스 스타일을 교육받고 다시 ‘바젤’의 강단에 선 볼프강 바인가르트는 직각적 구성원리를 거부하고 실험적인 타이포그래피를 추구하였으나 그 기초는 의심할 나위없이 극기주의적으로까지 보이는 스위스의 전통적인 타이포그래피이다. 실험적인 타이포그래피의 컨셉 또한 바젤 미술학교의 프로젝트에서 연유한 것이지만 전 세계로 퍼지면서 그 성장을 보인다. 규칙을 거부하는 것도 기본적인 원리 원칙을 알고 있을 때 가능하다는 것이다.³³⁾ 볼프강 바인가르트의 실험은 어찌보면 스위스 스타일이 가장 관심을 가진 ‘구조(structure)’를 깨뜨린 것이며, 여러 겹으로 표현되는 화면이나 꼴라주 기법 또한 이미 입체화, 다다, 구성주의에서 관심을 쏟은 방법들이다. 따라서 복잡한 이미지, 여러 겹으로 표현된 레이아웃, 구문법에 의한 시각적인 재미, 지방색이 강한 형태, 초기 모던스타일의 타이포그래피 등의 그래픽 디자인에 사용되는 법칙을 분리했다. 합했다 하는 작업은 형태상 추론할 수 있는 방법으로 어떤 면에서는 전혀 새로운 것이 아니라고도 이야기할 수 있다. 오히려 다양한 실험에서 지방색이 강한 색상이나 타이포그래피 개인의 감성은 대중이 공감할 수 있는 이야기로 발전되고 있다.

1970년대까지는 커뮤니케이션의 문제해결을 위한 매우 합리적이고 구조적인 어프로치에 기반을 둔 크랜부룩 미술학교도 마찬가지로 스위스 모더니스트들에게 강하게 영향 받은 미니멀리즘적인 형태와 어휘에서 표현의 한계를 느끼게 되어 이러한 표현방법에 의문을 갖기 시작하였다. 여태까지 깨끗이 지켜 온 오염되지 않아 보이기까지 하는 냉소적이고 객관성이 뚜렷한 스위스 합리주의의 규칙을 의식적으로 깨기 시작

33) Nancy Aldrich-Ruenzel & John Fennell, *Designer's Guide to Typography, A Step-by-Step*, 1991, p138

하면서 이미지를 복합적으로 겹겹이 포개기도 하고, 문장의 배열과 여러 의미를 가진 하나의 단어를 소재로 장난스럽게 표현도 하며 모더니즘 이전 시대의 타이포그래피나 그 배열 방법을 흉내 내어 보기도 하였다.

전통적 형태의 타이포그래피는 검증된 서체를 시각적인 문법에 알맞게 구성하고 정리하는 것이었고 가장 적합한 서체를 사용하여 의도를 전달하는 것이 그 중심에 있었다. 하지만 개인용 컴퓨터의 보급은 디자이너들에게 디지털로서의 자유로운 창조의 배경이 되었다. 활판 인쇄의 시대에 한정된 서체가 아니라 간단하게 새로운 서체를 만들고 필요에 따라 변형하고 보완하여 새로운 서체가 엄청나게 쏟아지기 시작하게 되었다. 이러한 환경은 디자인을 일반인이라도 관심을 가지고 있으면 쉽게 접근이 가능하게 하였고 새로운 표현 양식이 등장하는 결정적인 배경으로서 결국 표현양식의 다양성이 다른 양식과의 혼합으로 발전하게 된다.

커뮤니케이션 형식의 대부분은 두 개 이상의 미디어를 사용한다는 의미에서 혼합 혹은 하이브리드(hybrid)미디어다. 예를 들어, 많은 책들에는 삽화가 실려 있다. 그럴 경우 책이 순수하게 시각적이라거나 순수하게 문학적이라고 말할 수는 없다. 마찬가지로, 그림에는 보통 제목이 붙어 있고, 전시회 카탈로그에는 작가 자신의 문장이 실려 있으며, 미술비평이나 미술사가의 텍스트가 있기도 하다. 심지어 어떤 그림들은 그 내용의 일부에 글자, 명문(銘文), 서명 등을 포함하기도 한다. 잡지나 게시판 광고에도 거의 예외 없이 이미지와 단어가 조합되어 포함된다(피터 와그너는 ‘이코노텍스트(Iconotext)’라는 용어를, W.J.T. 미첼은 이미지텍스트(Imageotext)라는 용어를 사용하여 단어가 혼합된 작품을 기술한 바 있다³⁴⁾).

34) Peter Wagner, *Reading Iconotexts: From Swift to the French Revolution*, London, Reaktion Books, 1995 ; W.J.T. Mitchell, *Picture Theory*

일반적으로 공연예술은 복수의 감각에 호소하는 미디어를 병행 사용한다. 예를 들어, 무대나 스크린 상에서 펼쳐지는 뮤지컬은 음향(말하는 소리, 노래, 음악)을 포함하지만, 또한 동시에 시각적인 요소(무용, 행위와 제스처, 의상, 무대장치, 조명효과)를 포함한다. 이렇게 서로 다른 멀티미디어 형식들, 가령 록이나 팝 뮤직 콘서트, 슬라이드 프리젠테이션, 영화·텔레비전 프로그램 같은 시청각 미디어인 경우 연구자들이 그것들을 시각적 측면에만 한정되어 연구하는 것은 어리석은 일이다.

비주얼 컬처 이론가들이 비록 시각적인 것을 강조할 수 있다 하더라도 그들은 촉감적인 것(접촉, 텍스처, 윤곽선(시선이 대상의 주변을 축지한 결과-움긴이))과 운동감각적인 것(근육, 힘줄, 관절의 움직임이나 긴장의 감각)을 배제할 수는 없다. 더군다나 그들 이론가들은 이미지, 디자인, 텍스트추어, 단어, 음악, 사운드가 어떻게 상호 관계하는지 알고 있을 필요가 있다. 즉 그것들은 상호 보완적이고 대위법적이다. 현대의 장편 극영화에 사용되는 음향은 통상 복수의 쇼트 시퀀스에 연결되며, 내러티브를 드라마틱하게 전개하는 데 필수적이다.(정신 분석학자들은 인간이 무언가를 보고자 하는 욕망을 ‘시욕망(視慾望)’이라 부른다. 마찬가지로 무언가를 듣고자 하는 욕망을 ‘기원욕망(祈願慾望)’이라 한다.)역설적으로, 일부 미술가들은 시각미술의 콘텍스트 내부에서 작업하면서도 단어와 소리를 주요 미디어로 사용한다. 개념미술가와 사운드아트 작가가 그렇다.

하나의 시각적 미디어가 다른 형식의 시각 커뮤니케이션을 포위하고 중계할 수 있다는 사실을 기억할 필요가 있다. 예를 들어 얼굴표정, 몸 제스처, 장식, 문신, 옷은 비언어적 타입의 커뮤니케이션으로서 회화, 사진, 영화, 텔레비전에 의해 중계될 수 있다. 하나의 시각적 미디어가 다른 시각적 미디어를 취할 수도 있다.³⁵⁾ 가령, 텔레비전의 미술 다큐멘터리 프로그램이 비비안 웨스트우드(패션 디자이너)를 다루었다고

하자. 이런 경우에 최초의 시각적 미디어의 내용을 구성해야 할 미디어의 시각적 성격이 어느 정도 변한다. 사실, 오늘날에는 서로 다른 시대의 시각적 미디어가 공존하고 있다. 이러한 미디어는 서로 평행하지 않는다. 그들은 서로 겹치고 협력한다.³⁵⁾

사진의 경우를 살펴보면 시각적인 미디어가 서로 관계를 맺는 특징을 잘 나타내고 있다. 예술의 장르 중에서 그 역사가 아주 짧은 것이 사진이다. 사진은 지금은 일반화 되었고 사진을 통하여 영상의 대표적인 장르인 영화로 발전하였지만 출발은 다른 예술과의 관계에서 복잡한 관계를 맺으며 상호보완하며 발전하였다.

사진을 비롯해 대부분의 예술 작품이 복제된 사진을 통해 알려지게 되는 오늘날에는, 결정적으로 사진(그리고 사진을 본보기 삼아 등장한 예술 활동이나 사진 취향에서 파생되어 나온 취향 등)이 전통적인 순수 예술뿐만 아니라 전통적인 취향의 규범(가령 예술 작품의 개념)까지 변모시켜 버린다. 이제는 유일 무일한 오브제, 즉 개성 있는 예술가가 만든 원본이어야만 예술 작품으로 인정받을 수 있다는 생각이 점점 더 설자리를 잃어가고 있다. 오늘날 대부분의 회화는 복제될 수 있는 오브제가 되기를 스스로 갈망한다. 결국 사진이 주도적인 시각적 경험 이 되어버린 탓에, 이제 우리는 사진에 찍히기 위해서만 제작되는 예술 작품까지도 갖게 됐다.

그렇지만 사진이 예술인가 아닌가 묻는 것은 근본적으로 오해의 여지가 있는 질문이다. 비록 사진이 예술이라고 할 만한 작품을 만들어 내고 있긴 하지만(예술이라고 불리려면 개성도 필요하고, 거짓말도 할 줄 알고, 미학적 즐거움도 줘야한다), 사진이 원래 예술의 형태를 띠었던 것은 아니다. 사진도 언어와 마찬가지로(다른 모든 것 중에서도)예술

35) John A. Walker, *Art and Artists on Screen*, Manchester University Press, 1993

36) John A. Walker, Sarah Chaplin, *visual culture*, Manchester University Press, 1997, pp.55-57

작품을 만들 때 활용하는 매개체이다. 우리는 언어를 활용해 과학 담론, 공무 문서, 연애 편지, 야채상점 명세서, 파리 풍경을 담은 발자크의 소설 등을 만들 수 있다. 그리고 우리는 사진을 활용해 여권 사진, 기상 사진, 포르노 사진, 엑스레이 사진, 결혼 사진, 파리 풍경을 담은 앗제의 사진 등을 만들 수 있다. 간단히 말해서 사진은 회화와 시 같은 예술은 아니다. 어떤 사진순수작가들은 예술의 전통적인 개념에 부합하는 활동을 하고 있지만, 탁월한 재능을 가진 사진작가들은 애초부터 그 자체로 가치가 있는 독자적인 오브제 - 즉, 예술이란 시대에 뒤떨어진 것이라고 말해주는 예술 개념에 부합하는 사진을 생산해냈다. 사진의 힘, 그리고 오늘날 미학적 관심사에서 사진이 차지하고 있는 주된 역할은 사진이 예술의 이 두 가지 개념을 모두 강화시켜 준다는 데 있다. 그렇지만 결국 사진은 예술을 시대에 뒤떨어진 것으로 만드는 경향이 더 강하다.

회화와 사진은 서로 양립하기 위해서 적절히 각자의 영역을 나눠야만 했기에,[적어도 당분간은] 이미지를 생산하고 재생산하는 데 있어서 서로 경쟁 할 것 같지는 않다. 사진은 또 다른 질서에 따라 움직이는 작업이다. 그 자체로 예술의 형태를 띠고 있지는 않지만, 사진은 모든 피사체를 예술 작품으로 둔갑시킬 수 있는 탁월한 능력을 갖고 있다. 그러므로 사진이 예술인가 아닌가를 더 이상 따지지 않는다는 것은 사진이 예술에 대해 새로운 야심을 예고(창조)한다는 말이나 같다. 바로 이 점이 고급 모더니즘 예술과 상업 예술이 향해 가는 오늘날의 추세, 즉 예술을 메타-예술이나 미디어 예술로 변형시키고 있는 추세의 특징이다.(영화, TV, 비디오, 존 케이지·칼 하인츠 스톡 하우스·스티브 라이히 등의 전자 음악은 사진이 확립한[예술의]모델을 논리적으로 확장한 것이다). 전통적인 순수 예술은 엘리트주의적으로서, 어느 개인이 창작한 단일한 작품의 형태를 띠는 특징이 있다. 그리고 어떤 피사체는 중요하고 심오하고 고상하지만, 또 다른 피사체는 중요하지 않고 하찮고 무

가치하다는 식으로 여러 제재 사이에 위계를 설정한다. 이와는 달리, 미디어 예술은 민주적이다. (우연성이나 누구든지 터득할 수 있는 기계 조차 기술에 기반하고, 협력이나 공동의 노력을 기울이는) 미디어 예술은 전문적인 생산자나 창작자의 역할을 약화시킨다. 미디어 예술은 진품과 모조품, 원본과 복제물, 좋은 취향과 나쁜 취향이라는 구분에 의존한다. 그렇지만 미디어 예술은 이런 구분을 완전히 없애버리지 않으면 적어도 흐리게 한다. 순수 예술은 특정한 경험이나 피사체에 의미가 있다고 가정한다. 그렇지만 근본적으로 미디어 예술에는 별 내용이 없다(미디어가 곧 메시지라는 마셜 맥루한의 유명한 선언 뒤에는 진리가 숨겨져 있다). 미디어 예술은 빈정대고, 무표정하고, 풍자적인 어조를 띠는 특징이 있다. 따라서 예술은 점점 더 사진의 형태에 가까워질 수밖에 없을 것이다. 오늘날 모더니스트들은 모든 예술이 음악이 되기를 갈망한다고 말한 월터 페이터의 격언을 이렇게 다시 써야만 할 것이다. 이제 모든 예술은 사진이 되기를 갈망한다고.³⁷⁾ 수잔 손탁의 말처럼 모든 예술이 실제로 사진과 같은 것이 되기를 원하는 것은 아니겠지만 최근의 미디어의 변화를 살펴보면 매우 설득력 있게 들리는 것은 현재의 예술이 예술이라는 고전적 의미의 틀에서 벗어나려고 하는 것에 있을 것이다.

다른 분야인 문학의 경우도 보면 사진의 경우처럼 미학적인 기능의 증대를 위하여 기존 질서의 변화를 추구하여 새로운 시도가 진행 중이다. 문학은, 이른바 단순한 의사소통의 언어체인 현행 언어체에서 문학을 구별 짓는 기호들을 증가시켜야만 하는 것이다. 그리고 시각적 사실의 ‘객관적’ 재현에 대한 역사적이며 사회적인 모든 일련의 관례(즉 소외)에 의해 귀착된 사진은 리포터의 사진(적절한 순간에 충실하게 기록된)의 것인 기능적 범규와, ‘예술’사진의 것인 과장적 기능 사이에서

37) Susan Sontag, 이재원 옮김, 『On Photography』, 2005, pp.212-215

끊임없이 꿈쩍 못하게 된다. 이와 같은 두 의미 있는 질서(문학과 사진)에 있어서, 현대의 작업은 따라서 거의 동일한 것이다.

문학이 ‘단순한 의사소통의 언어체’에서 문학을 문학이게 구별 짓는 언어의 미학적 기능을 증가시키는 것과 마찬가지로, 사진 또한 시각적 사실의 ‘객관적’ 재현이라는 기계적 기능에서 시각적 사실의 특징적(대상의 포즈) 강조나 재현의 관점(촬영자의 포즈)을 강조하는 예술적인 문법을 추구함으로써 사진의 미학적 기능을 증가시키는 것이다. 그러니까 사진도 의사소통의 언어체에서 벗어나는 문학의 언어처럼, 시각적 사실의 객관적 기록이라는 본래의 기계적 기능에서 벗어날수록 ‘예술’이 되는 것이다.³⁸⁾

타이포그래피의 새로운 시도도 다른 예술 분야와 크게 다르지 않다. 타이포그래피가 의미 전달의 도구에서 여러 분야에서 정형화된 글자의 형태가 아니더라도 그 표현이 대중에게 잘 전달될 수 있는 이유도 커뮤니케이션의 새로운 시도의 결과이다. 물론 과거에도 이런 시도를 한 디자이너들이 많이 있었지만 그들이 지금처럼 활발하게 다양한 시도를 하는 현실을 만나지 못한 것을 안타까워 할 것이라는 생각이 들 정도로 지금의 타이포그래피는 과거의 것과는 그 결과물의 형식이 양적으로 너무나 많아졌다. 그렇다고 이러한 현상이 새로운 서체의 개발이 많이 이루어져서가 아니다. 현재의 디자이너들이 사용하는 서체는 아직도 과거의 서체를 많이 사용한다. 그 예로 ‘헬베티카체’는 아직도 판매량이 1위를 유지하고 있다고 하며 2위도 비슷한 시기에 만들어진 ‘유니버스(Univers)체’이다. 미국에서 많은 편집장들이 새로운 디자이너가 들어오면 서체를 선정하는 작업이 어려움을 겪을 때 하는 말이 ‘푸투라(Futura)체’를 쓰면 실패는 안 한다고 한다. 이것은 더 예전의 서체이지만 이 서체가 가지고 있는 완성도는 그 수준이 매우 높아서 어디에

38) 오규원, 『날이미지와 시』, 문학과 지성사, 2005, pp.70-71; 롤랑바르트, 김인식 편역, 『이미지와 글쓰기』, 세계사, 1993, p99

서나 무난하게 어울릴 수 있는 글자체로 아직까지도 인정받고 있다. 그렇다면 지금의 서체는 그 수준이 낮아서 과거의 서체가 아직까지 그 영향력을 유지하고 있는 것이라고 단순히 생각될 수도 있겠지만 그것은 서체의 활용영역의 확장이 가져온 결과라고 보는 것이 더 타당할 것이다. 지금의 작가들은 이러한 서체를 가지고 작업을 해도 그 작업이 서체 고유의 형태를 유지하는 경우가 많지 않다.

기존의 서체를 혼합하고 해체하는 등의 여러 작업을 통하여 자신이 전달하고자 하는 이미지에 접근한다. 그리고 그 목적을 위해서는 일회성을 가지는 서체라도 개발하는 노력을 한다. 아름다움의 개념이 과거의 미적인 개념하고 지금의 미적인 개념이 다르기 때문이다. 만약 과거처럼 일방적인 의미전달의 목적이나 소수의 디자이너들의 전유물처럼 개발되거나 한정된 영역에 머물러 있었다면 아직도 타이포그래피는 고전적인 레이아웃과 어려운 서체 개발을 계속 하였을지도 모르겠지만 지금은 수용자의 의식이 과거와 다르고 그 영향력이 매우 커져서 새로운 것을 요구하는 시대적인 흐름이 여러 미디어를 통한 고유의 의미를 해체하고 새로운 의미를 혼합하는 과정에서 발생하는 이미지의 아름다움을 일반화, 대중화하고 있다고 볼 수 있다. 그리고 이러한 미디어의 혼합은 다양한 미디어를 계속 등장하게 하고 있기 때문에 타이포그래피만이 아니라 모든 미디어분야에서 혼합되고 해체되는 일이 특별한 일이 아닌 것처럼 되어 있다.

멀티미디어라는 용어는 과거에는 특정한 관련 직종에서 통용되던 단어였지만 지금은 보편적으로 사용하는 단어처럼 받아들여진다. 이는 미디어에 대한 관심이 높아지면서 노출 빈도가 높아진 이유도 있겠지만 멀티에서 주는 의미가 미디어의 발전으로 디지털 커뮤니케이션 방식의 다양화로 여러 미디어가 혼합되는 자연스러운 현상이 낫설지 않기 때문일 것이다. 그리고 미디어가 계속 발전하고 커뮤니케이션 방식이 계속 다양하게 혼합된다면 완성형이 아닌 진행형의 의미를 가진 단어가

된다. 맥루한이 말하는 두 가지 이상의 감각이 혼합되는 쿨 미디어와 멀티미디어는 같은 맥락에서 이해 할 수도 있을 것이다.

이러한 혼합되는 양식의 미디어는 의미를 표현하는 방식에 따라 정보 전달의 측면을 중시하거나 표현 방식을 중요시 할 수도 있으며 미디어를 다루는 주체에 따라서 그 해석이나 정의가 다르게 내려질 수 있다. 맥루한은 미디어의 정의를 새롭게 인간의 신체 및 감각기관의 기능을 확장하는 것은 모두 미디어라고 하고 이것이 모두 커뮤니케이션 미디어라고 말한다.

지금까지 미디어의 관점에서 혼합화와 해체화의 양식을 말하였는데 이러한 표현양식이 주는 아름다움이란 과연 무엇인가에 관하여 논할 필요성이 있다. 무조건적인 자유분방한 표현양식이 모두에게 만족을 주는 것을 아닐 것이다. 이것은 타이포그래피가 의미 전달의 디자인이라는 텍스트 본래의 의미론에 중심을 두는 견해를 가지고 있는 사람들이 제약하고자 하는 것에 오히려 힘이 실리는 일이 될 것이다.

타이포그래피에 한정하지 않더라도 모든 예술적 행동은 그 작업이 창조적이고 의미가 있는 형식을 담고 있어야 한다. 단순히 아름다움만을 추구하는 것과는 구분되어야 한다. 디자이너가 좋은 서체와 구성으로 디자인한 작업을 본다면 많은 사람들이 아름다움을 느낄 수 있을 것이다. 하지만 이것을 예술이라고 하지는 않는다. 기능적으로 잘 조합된 디자인이 주는 아름다움과 비정형성을 갖는 디자인의 차이를 구분하기는 이론적으로는 매우 어렵다. 하지만 분명한 것은 작업내용에 의미를 가지는 일을 하지 않는다면 그 작업의 가치를 평가 받기는 어려울 것이다. 설령 의미 없는 작업이 아름답다고 하여도 그 작업을 일회성을 가지는 것 이상으로 받아들이기는 힘들다. 비정형적인 새로운 시도가 그 행동에 의미를 부여하고 수용자가 공감할 수 있는 아름다움의 추구가 기능적인 텍스트의 의미전달과의 구분을 하는 타이포그래피의 비정형화가 주는 아름다움이다. 타이포그래피가 예술로서의 가치를 가

질 필요는 없지만 예술이 추구하는 미적인 가치는 공유할 수 있을 것이다. 최근의 미디어는 과거와는 비교도 할 수 없을 정도로, 미디어 자체는 물론이고 타이포그래피도 혼합하고 해체하는 작업의 과정이 다양하게 전개된다.

본래 해체주의는 포스트모더니즘 양식의 대표적인 표현 방식이다. 이러한 해체주의가 현대의 새로운 미디어에 적용되어 음성언어와 글자언어의 상호 보완적 결합이 주는 공감각적인 이미지가 여러 요소(문화적, 사회적, 미학 등)들과 혼합하여 다원적이고 다양한 해석이 가능한 텍스트를 만들어 내고 있는 것이다. 디지털 시대의 감각의 확장이 가져오는 감성적인 것에 호소하는 디자인 현상은 이러한 텍스트의 이미지성을 일반적인 것처럼 만들고 있다.

5.3. 정체성과 개성

최근에 그 의미를 알 수 없는 다양한 이미지의 글자가 젊은 층을 중심으로 많이 사용되고 있다. 또한 다양한 국가의 글자가 쉽게 노출되기도 한다. 이는 매체의 기술 발달로 언어적 전파 속도 보다 이미지의 전파 속도가 더 빠르기 때문이다. 새로운 것에 거부감 없이 쉽게 반응하고 그 속도도 빠른 지금의 세대는 글자가 가지고 있는 의미보다는 자신이 표현하는 이미지가 남들과 다른 것을 더 선호하기도 한다. 이런 문제가 세대별 격차로 크게 벌어지기도 하며 우려의 목소리도 쉽게 접할 수 있다. 그렇다면 이미지적인 표현을 선호하는 이들이 말하는 것은 무엇이고, 다른 한편에서 문화적인 정체성의 측면에서 걱정하는 부분은 무엇인지 정확하게 살펴 볼 필요성이 있다. 언어는 문화의 측면에서 가장 중요한 위치를 차지한다. 또한 거의 대부분의 시각적 이미지는 어떤 의미를 전달하고자 한다.

컨텍스트적 지식- 우리의 사회에서 비주얼 리터러시의 지위가(리터럴 리터러시보다) 낮은 것은 비주얼 컬처가 시각적인 차원에 한정되어 있기 때문이다. 이미지(특히, 사진)는 6천 개가 넘는 인류의 언어 가운데 어느 언어의 단어보다 더욱 간단하게 받아들여지고 보편적인 것이라고 생각된다. 이런 관점은 어느 정도 참이긴 하다. 하지만 이미지를 볼 수 있는 사람들이 반드시 그것의 의미를 이해할 수 있는 것은 아니다. 시각적인 제작물을 제작하는 데 사용되는 코드, 관습, 상징이 반드시 보는 사람에게 친숙하지 않을 수 있기 때문이다. 그리고 이미지의 주제와 내용을 이해하기 전에 일반적으로 필요한 컨텍스트적- 문화적·역사적- 지식이 보는 사람에게 부족하기 때문이기도 하다.

우리에게 이미지의 컨텍스트적 지식이 부족하다는 점은 고대나 외국 문화의 작례, 혹은 우리가 속해 있지 않은 민족적 소수파 작가의 작품을 접할 때 종종 드러난다. 먼 곳의 문화일수록 많은 지식을 배워 둘 필요가 있다. 그러나 이해에 필요한 지식을 획득하는 데에 반드시 몇 달, 몇 년이 필요하지는 않을 것이다. 실제로, 더 빨리 획득될 수도 있다. 예를 들어, 영화나 연극에서 유행하는 유머는 처음 몇 개의 프레임과 장면을 보고 쉽게 이해할 수 있다. 또한 회화나 만화의 경우에는 특정한 모티브, 수법, 혹은 작례 전체에 흐르는 장면들의 매너리즘의 반복(스티브 벨은 영국의 전 수상 존 메이저를 소재로 한 일련의 신문 만화에서 속옷을 사용한 것이 좋은 예이다), 혹은 간단한 캡션이나 전시회 카탈로그에 수록된 에세이가 제공하는 정보로도 충분하다.³⁹⁾ 이미지를 이해하는 일에는 그 민족이나 국가가 가지고 있는 고유의 문화나 역사적, 사회적 배경이 큰 영향을 가지며 이것에 따라서 문화적인 국가 간의 차이를 나타내기도 한다.

문화의 정체성은 각 문화가 가지고 있는 상모적 특성을 말한다. 상모

39) 존 A. 위커· 사라 채플린, 임산 옮김, 『비주얼 컬처』, 루비박스, 2004, pp.208-209

(相貌)란 외모(外貌)로부터 기질이나 성격을 찾아내는 테크닉이나 기술이기도 하지만, 배열의 특색이나, 배열, 성격 표현에 의해서 마음의 특질이나 성격을 나타내 보이는 얼굴특징(facial features)을 말한다. 이러한 상모의 형상성은 문화를 구성하는 시각적인 요소, 이른바 형태, 색깔, 재질과 같은 감각적 특성(물리적 자극)과 이러한 요소와 체계화되는 공간, 비례, 차원, 운동감, 리듬, 긴장, 대비, 균형, 불균형, 역동성 등과 같은 지각적 특성이 융합된 것으로서 어떤 표현질(表現質, expressive quality)을 전달한다. 상모성이란 사람의 관상과 같은 것으로서 서구인에게 중국인, 한국인, 일본인의 얼굴이 쉽게 구별되지 않듯이 프랑스인, 이태리인, 영국인, 독일인 등 유럽인의 얼굴도 우리에게 쉽게 구별되어 보이지 않는다. 그러나 자세히 관찰하면 각 나라 사람들은 각각 제 나라의 독특한 얼굴 특징을 갖고 있다. 이와 같이 물건도 각각 독특한 제 모습을 갖고 있다. 의자는 모든 시대와 장소, 그리고 모든 사람에게 근본적으로 동일한 보편적인 공통성을 갖고 있는 물건이지만 의자를 만드는 사람, 방법, 지역, 시대, 그리고 생활풍습에 따라 각각 다른 특성의 얼굴을 갖추게 된다. 이것을 ‘의자의 형상성’(시각적 특성, 양식), 또는 상모성이라고 말한다. 문화의 경우도 동일하다.

인간의 삶의 지혜와 감성은 인간이 창조한 물건에 반영된다. 한 지역에 모여 사는 인종과 그들의 풍습, 기후, 역사, 지리적인 조건 등은 한 나라의 문화와 그 동일성(identity)을 결정하는 중요한 요소이다. 그러나 옛날로 거슬러 올라갈수록 일상생활 제품은 인간의 공통성에 바탕을 둔 가장 기본적인 기능과 효용성에 의해서만 결정되기 때문에 각 나라별 문화적 동일성의 차이가 뚜렷하게 나타나지 않는다. 세계 오지의 생활을 소개하는 다큐멘터리를 보면 동서남북에 흩어져 살고 있는 인간들의 실생활에서 사용하는 대부분의 도구들은 기본적으로 유사한 공통의 형상성을 갖추고 있음을 알 수 있다. 그러나 각 지역에 모여 사는 사람들의 일상생활에 사용되는 물건들은 자연히 각 지역의 자연적,

사회적, 역사적 환경에 적합한 형상으로 진화함으로써 각 지역이나 나라의 기풍(氣風, ethos)에 일치하는 형상성으로 다르게 양식화(stylization)되어 각각의 문화적 정체성을 형성한다. 자아 정체성, 기업 정체성, 국가 정체성은 각각의 독특한 문화(시각 이미지)를 통해서 차별화 되고 효과적으로 전달될 때 그 밀도가 높아진다.

문화는 그 자체의 정체성도 갖추어야 하지만 동종의 다른 문화와 차별화 되는 상모성(相貌性, physiognomy)과 함께 반복해서 효과적으로 전달될 수 있어야 그 밀도가 높아진다. 이러한 의미에서 정체성은 그 개념 자체에 상모성, 차별성, 반복적 전달을 내포하고 있다. 지난 수십 년 동안 문화적 정체성이 강한 선진국의 디자인은 그 대부분 문화적 정체성의 차별화뿐만 아니라 효과적인 마케팅 커뮤니케이션에 의해서 그 사정거리가 넓혀진 것이다. 정체성이란 주체가 인지하는 일치성이라기보다는 커뮤니케이션을 통한 주체에 대한 다른 사람의 지각 차원속의 일치성을 의미한다. 예를 들면 우리 문화의 정체성은 우리 자신이 느끼고 생각하는 상모성이 아니라 남이 우리에게 대해서 느끼고 지각하는 상모적 현상으로서 적절한 커뮤니케이션 수단이 강구되지 않으면 그 정체성(동일성, 일치성)이 전달되지 않는다. 우리의 기업이나 우리의 문화에 개한 아이덴티티는 기업 자체나 우리 자신이 지각하는 아이덴티티가 아니고 다른 사람이 우리 기업이나 우리 문화에 대해서 지각하는 아이덴티티이다. 문화적 정체성과 디자인에 관한 논의는 곧 각 문화의 동일성과 일치성이 높은 디자인은 어떤 것인가에 대한 논의로서 어떻게 하면 우리 문화의 상모성에 일치하는 디자인을 창조할 것인가에 대한 논의이다. 바꾸어 말하면 우리 문화의 정체성은 곧 우리 문화의 상모적 형상성의 창조에 관한 논의가 되어야 할 것이다.⁴⁰⁾

우리는 주변에서 흔히 ‘한국적인 것’이라는 말을 들을 수 있다. 거리에

40) 정시화, 『문화 정체성과 디자인: 우리 디자인의 제다움 찾기』, 안그래픽스, 2006, pp.64-65

외국어가 쓰인 간판이 많이 보이고 입고 있는 옷에 외국어가 쓰여 있으면 지나가는 사람들 중에는 이를 못 마땅하게 여기는 사람들도 있을 것이고 아무 느낌도 받지 못하는 사람들도 있을 것이다. 한국적인 것을 생각할 때 이러한 현상을 어떻게 설명하는 것은 매우 중요하다. 세계화를 주장하는 사람들은 영어도 공용어로 포함시키는 문제를 공론화하고 반대로 우리말을 지켜야 한다고 주장하는 측에서는 이에 격분하기도 한다. 분명한 것은 맹목적인 한국적인 것에 대한 집착이나 찬사 보다는 한국적인 것에 관한 새로운 시각적 인식을 확실히 할 필요성이 있다.

한국적인 것이 무엇인가를 탐구할 때 우리가 반드시 짚고 넘어가야 할 문제 중 하나가 보편성과 특수성의 관계이다. 한국적인 것을 강조하면 우리는 한국의 특수성에 집착하게 된다. 하지만 우리는 언제나 특수성은 보편성을 결여해서는 안 된다는 이데올로기의 압박을 받는다. 즉 특수성과 보편성 사이의 긴장이 형성된다. 보편을 향하지 않는 특수는 폐쇄적이라는 비판을 어떻게 해소할 수 있을까? 보편을 향하면서 특수성이 유지될 수 있을까? 일반적으로 우리는 이러한 압박과 긴장을 ‘가장 한국적인 것이 세계적인 것이다’라는 구호로 해소하려 한다.⁴¹⁾ 한국적인 것이 보편성을 가지고 세계로 전달되기는 매우 힘든 일이다. 우리가 흔히 보편적으로 먹고, 생활하는 공간은 서구의 것, 특히 미국의 문화가 반영 되어 있는 것이 대부분인 현실에서 서구문화에 한국문화를 어떻게 반영하는가를 고민하는 것이 더 현실적일 수도 있다. 그렇기 때문에 한국의 정체성을 가지고 개성을 가지는 문화를 만들어 내는 일은 매우 어려운 일이다. 미래의 한국이 정체성과 개성이 담긴 문화적 힘을 갖기 위해서는 과거에 있던 한국적인 문화를 현재의 상황에 적합하게 재현하고 정체성을 찾아가는 작업도 특수성과 함께 병행 발전 시켜야 할 것이다.

41) 탁석산, 『한국의 정체성』, 책세상, 2000, p16

그렇다면 한국의 정체성을 밝히기에 적당한 것은 무엇인가에 의문이 생긴다. 그것은 한국인이 만든 작품을 분석하는 것이다. 개인이 아니라 한국이란 집단이 역사를 통해 공동으로 만들고 지금도 갖고 있는 것들의 특질을 분석한다면, 어떤 것들이 한국적인 것인가를 알아낼 수 있을 것이다. 나는 한국을 다른 나라나 민족과 구별 짓는 특질로 두 가지를 들 수 있다고 생각한다. 하나는 한국의 고유 언어인 한국어이고, 다른 하나는 한국의 각 분야가 공통으로 갖는 속성이나 성질이다. 물론 한국어도 한국이 갖는 여러 공통 속성 중의 하나겠지만 한국어가 차지하는 위치는 독특하다. 이제 두 가능성을 살펴보자.

첫째, 언어이다. 국어야말로 한 국가의 정체성을 확인해줄 수 있는 가장 두드러지고 효과적인 수단이다. 특히 한국은 세계 유일의 한글을 가지고 있다. 따라서 한글로 한국의 정체성을 확인하는 것은 지극히 자연스럽고 당연하다고 생각된다. 신원을 확인할 때 주민등록번호를 확인하는 것은 그 번호가 다른 것과 같지 않는 유일무이한 것이기 때문인 것처럼 유일성에 의한 구별 방식이다. 세계에서 유일한 표기 방식을 자랑하는 한글이 이 번호처럼 역할을 할 수 있을 것이다. 모든 한국인은 세계에서 단 하나밖에 없는 고유한 언어를 사용하기 때문이다. 아마 언어로 관리하면서도 가장 효과적인 방법일 것이다. 다시 말해 한국의 언어, 즉 한글이 한국의 정체성을 밝히는 가장 유력한 수단이 된다는 얘기다. 이 경우 중국인이나 일본인이 유창한 한국어를 구사한다면 어떻게 되느냐는 반론을 제기할 수도 있다. 하지만 한글이 우리의 정체성을 식별해줄 수 있는 가장 유력한 후보라는 데에는 별 이의가 없어 보인다.

둘째, 한국과 관련된 각 분야에 공통 속성이 있는가를 검토하여, 한국적인 것이 무엇인지 찾아보는 방법이 있다. 즉 한국적인 것이 가능한가? 가능하다면, 어떤 것인가를 논의해보는 것이다. 집단의 정체성 탐구는 각 분야의 공통 속성을 추출하여 형상화함으로써 가능하다. 이런

작업은 작업의 성격상 추상화 작업이 될 수밖에 없을 것이고 그 결과는 생각보다 빈약할 수도 있다. 하지만 이런 추측도 선부른 것일지 모른다. 왜냐하면 한국의 각 분야에서 한국적인 것에 대한 탐구가 아직은 철저하게 이루어지지 않고 있기 때문이다.⁴²⁾

한국의 정체성을 논하는 것은 문화적으로 매우 중요한 문제이다. 최근의 문화를 통한 각국의 눈에 보이지 않는 치열한 경쟁은 자국 문화의 경쟁력을 찾아서 발전시키지 않으면 자본력이나 기술력을 갖추고 진입하는 타국의 문화의 확장 속도를 감안하면 심각한 상황에 쉽게 접할 수 있다. 국가 간의 문화 장벽은 미디어의 발전으로 점점 얇아지고 새로운 디지털 세대들은 더 많고 다양한 문화적 욕구를 가지고 있다. 한국은 스스로가 디지털 강국이라는 이미지를 부각시키고 있을 만큼 기술의 발달 속도나 수용자의 수용 속도가 모두 빠르다. 그만큼 다양한 이미지가 매일 인터넷 상에서 그 수를 셀 수 없을 만큼 많이 나타나고 사라진다. 그 이미지들은 자체적으로 자정 능력을 갖추기도 전에 무분별하게 대중들에게 노출되고 있다. 물론 긍정적인 면이 많이 있지만 언어의 사용이나 이미지의 도용, 외부 문화의 무분별한 도입 등은 우리 문화가 정체성과 독창성이라는 측면에서 아직 확실하게 갖추어 진 시스템이 없는 상황에서 더 큰 혼란을 가중시키는 결과를 가져올 수 있다. 그동안 미국 중심의 서구문화는 특별히 검증된 시스템이 없이 우리 사회의 중심의 주류문화로 자리 잡았다. 청소년들은 피자나 햄버거 등의 식품이나 영어를 사용하는 일이 어색하지 않고 우리고유의 문화처럼 자연스럽게 생각한다. 그렇다면 미국적인 사고를 하는 한국의 청소년들이 한국에서 만들어갈 문화는 미국문화가 아니라 한국문화가 된다. 이점은 한국의 전통적인 고유문화와는 개념이 다르다. 문화는 계속 만들어지고 변화한다. 미국이 의도하던 의도하지 않았던 한국에서 문화적

42) 앞글, p43

으로 큰 영향력을 행사하게 되었고 엄청난 가치창출을 할 것이다. 전후 세대가 미국에 대한 경제 분야나 안보와 관련된 의존도와는 상황이 다른 문화적인 종속을 가져오게 할 수도 있을 것이다. 지금도 많은 분야의 산업에서 미국과 관련된 의존도가 높은 상황에서 문화적인 산업까지 미국의 문화에 종속적인 입장에 처한다면 우리의 독창적인 문화발전은 기대하기 어렵다. 실제로 미국은 문화, 교육에서 자신들의 영향력을 높이려는 시도를 꾸준히 진행하고 있다. 가장 최근에 영화의 경우가 그렇다.

문화의 정체성은 문화의 사회성과 연관되어 상위문화에 하위문화가 쉽게 지배받는 위치에 놓일 수 있다. 그렇다고 국제화 시대에 민족주의나 자국문화의 우월주의를 앞세워 패쇄적인 사회로 바꿀 수도 없다. 우리가 이미 받아들인 문화를 한국적인 것으로 만들어 내는 노력을 하는 것이 더 중요하다.

일본의 경우는 과거로부터 계속된 서구문화의 유입을 수용, 발전하면서 오히려 자신들의 문화를 역으로 보급하는 일에 국가적인 지원으로 많은 성공을 거두고 있다. 일본은 특히 자국의 언어와 글자를 문화와 연결하여 해외에 소개하는 일을 당장의 이익이 발생하지 않더라도 계속 진행하고 있다. 자국글자의 노출을 통하여 국가의 이미지를 디자인하고 있는 것이다. 유럽의 중소도시까지도 한 달 동안 축제를 통해 일본 고유의상과 음식, 그리고 일본어 교육을 모두 무상으로 지원하는 행사가 일 년 내내 전국 각지의 도시에서 펼쳐지고 있고 일본어가 강조된 포스터는 흔하게 접할 수 있다.

우리의 경우는 한국적인 것이 세계적인 것이라는 막연한 개념으로 해외에서 행사를 할 때 대부분의 포스터나 안내문이 영문 또는 현지어로만 되어 있는 경우가 많다. 그리고 항상 전통적인 이미지의 사진이 함께 등장한다. 그렇게 우수하다고 강조하는 한글의 이미지를 주제로 부각시키는 것이 쉽지 않은 것이 우리의 현실이다. 기업들이 해외에서 무

상으로 한국어 교육을 지원하고 있지만 잘 알려지지 않은 한국어를 자신의 시간을 투자하여 배우는 이는 거의 없으며 한국어는 외국인들이 쉽게 학습하기 어렵다. 하지만 일본어는 비슷한 처지임에도 애니메이션이나 지속적인 문화 이벤트를 통한 일본어의 빈번한 노출로 점차 관심을 가지고 배우려는 사람이 늘어나고 있는 추세이다. 물론 일본이 경제대국이고 국제적 영향력이 우리보다 크기 때문일 수도 있지만 그동안의 노력이 결실을 가져온 것이다.

우리가 서구문화와 전통문화와의 소모적인 논쟁을 하고 있을 때 디지털 시대의 문화 파급 속도를 감안한다면 우리문화의 정체성에 관한 논의가 체계적이고 과학적으로 먼저 이루어져야 한다. 우리의 정체성에 자신이 없다면 우리 문화의 대표적인 한글도 사용하기가 어려워진다. 우리의 문화적 정체성을 찾기 위해서 먼저 우리의 정체성을 바로 알고 다음으로 우리문화의 개성을 알리는 일을 실행하여야 한다.

정체성을 통하여 한국문화가 발전하는 것이 우리의 문화적인 주체성을 확립하고 외국의 문화에 대한 경쟁력을 확보하는 일이 될 것이다.

6. 결론

지금까지 기록과 정확한 정보전달 역할을 수행해 온 글자가 본래의 기능을 뛰어 넘어 새로운 형태로 다양한 역할하게 된 배경과 이유를 사회문화적 요인에 기인하여 미디어의 발달, 기호학적 해석, 아름다움을 바라보는 시각적 측면에서 다루어 봄으로써 알아보고자 했다.

글자는 시대의 흐름에 따라서 사회적, 문화적인 배경이 변하는 것처럼 지속적인 영향을 주고받으며 변화되고 있다. 시대적 환경에 따라서 그 사회가 원하는 결과물은 인위적으로 만들어지는 것이 아니라 결과물이 작업의도에 역으로 작용하여 결과물에 영향을 주며, 조절하는 일이 반복적으로 이루어지면서 사회적, 문화적으로 요구하는 작업이 수용자의 의견에 반영되는 과정이 더해진다.

글자가 수용자에게 전달되는 과정에서 글자의 텍스트성과 이미지성이 표현의도의 방식이나 미디어의 변화, 기호학적인 해석의 적용이 계속적으로 전달 과정에 개입된다. 발전된 미디어의 영향은 표현 양식을 계속 변화시키지만 표현 의도는 미디어의 기술적인 변화와 다르게 작용할 수 있다. 모든 것이 수용자의 요구가 크게 반영되고 참여자로서의 환경으로 전환되고 있는 것이다. 또한 디자이너가 다양한 표현의도를 기술적인 발전으로 실현시킬 수 있게 되면서 사회, 문화적으로 그 책임이 증가하고 있는 것이다.

타이포그래피에서의 텍스트와 이미지의 관계는 기호학이나 미학, 또는 문화·사회적 차이로 복잡한 연관을 맺으면서 상호 보완 또는 경쟁관계 속에서 나타나는 것이다. 때로는 이러한 관계 속에서 한쪽의 기능을 완전하게 사라지게 하기도 하며 이론적으로 설명 할 수 없는 것으로 만들어 내기도 하는데 이는 지속적으로 사회와 문화적으로 재생산하고 연구하여 차이성을 만들어 나가는 것이며, 글자나 이미지 어느 한쪽의

기능적 우월성이나 시각적 미의 가치를 입증하는 것이 아니다. 과거에 인쇄 문화 환경에서도 이러한 차이를 만들기 위한 노력은 시도되었고 당시에 이를 비판하는 시각도 있었지만 지금에 와서는 어느 것이 완벽하다고 인식되지는 않는다.

커뮤니케이션 테크놀로지의 발달은 미디어의 방식을 다양하게 변화시키고 인간의 커뮤니케이션을 같이 변화시킨다. 과거의 매스 커뮤니케이션이 현재의 양방향의 복합적인 커뮤니케이션으로 중심이 이동하면서 환경변화에 알맞게 수용하는 층도 따라서 변화하고 있다. 하지만 아주 빠르게 변화하는 환경에 적응하지 못하는 수용자 층도 생겨나며 다른 한편으로는 이러한 변화를 다르게 해석하며 무조건적으로 수용하지 않고 새로운 시도를 하는 층도 있을 것이다. 최근에는 오히려 아날로그 시대의 향수를 복원하려는 문화적인 시도도 자주 볼 수 있다. 그만큼 문화적인 측면에서의 현대의 미디어 수용자들은 환경변화의 속도나 수용방식, 뿐만 아니라 오히려 더 많은 것을 요구하고 그 폭을 확장시키고 있다. 텍스트의 활용에 있어서도 정체성의 논란을 가져오고 있을 정도로 그 표현은 다양성을 넘어 계층 간의 언어 인식의 차이를 가져오고 있다. 텍스트의 의미전달이 과거와는 달리 글자가 언어체계가 아닌 다른 의미로서의 활용을 가능하게 된 배경에는 포스트모더니즘의 확산과 미디어의 발달로 인한 영향도 무시할 수는 없을 것이며, 이러한 최근 현상은 외부의 문화적인 환경에 쉽게 노출되어 있어 다른 문화의 수용에 혼란을 겪는 것이 아니라 이를 적극적으로 수용하고자 하는 수용자 층의 변화도 환경적으로 작용하고 있다. 텍스트와 이미지는 역사적으로도 복합적인 관계를 맺으며 발전해 왔으며 이는 결국 문화적인 측면으로 상호간의 시각적 언어 미디어를 사용하는 미학으로 설명할 수 있을 것이다.

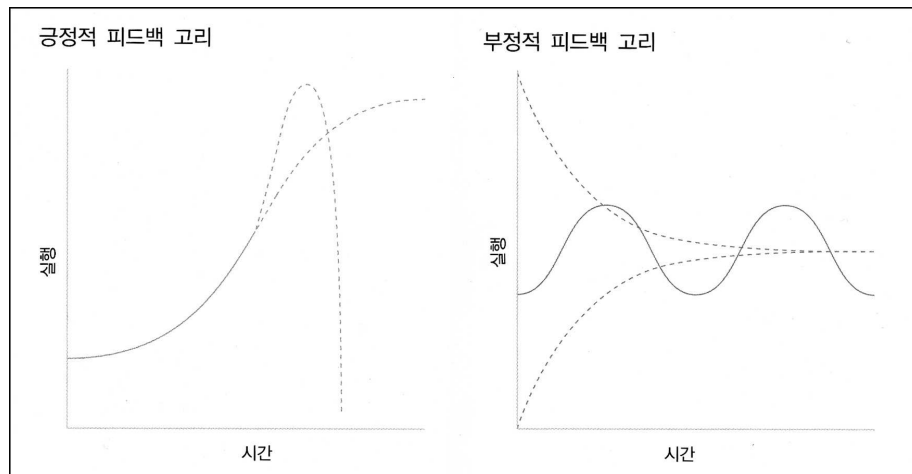
오늘날 타이포그래피 디자인의 가능성은 서체 및 레이아웃의 디지털화에 힘입어 점점 더 확장되고 있다. 모든 디자인 대상과 마찬가지로,

다양한 서체는 보는 이들에 의해 자동적으로 평가를 받게 된다. 평가의 기준은 사람에 따라 유희적인 것일 수도, 진지한 것일 수도, 전통적인 것일 수도, 실험적인 것일 수도 있다. 텍스트의 의미에 따라 특정 서체를 할당하는 뚜렷한 해석의 기준들이 이제껏 존재하지 않았기 때문에, 그래픽 디자이너는 개인적인 감수성에 의지해 서체가 풍기는 내적인 분위기를 활용한다. 디자이너들은 서체를 선택할 때 불명확한 해석, 이른바 ‘나름대로의 경험에 근거한 직관’에 따른다. 더 나아가 그래픽 디자이너의 작품은 시간의 흐름에 따라 성문화되거나 그렇지 않은 규칙들을 담고 있는데, 이런 규칙들은 디자이너에 의해 바뀔 수도 있는 것이다. 이러한 변화는 혁신적 디자이너들의 공헌이기도 하다.⁴³⁾ 과거의 작업환경에서 올바른 평가를 받지 못하였던 디자이너가 오늘날 새롭게 재조명 되고 높은 평가를 받을 수도 있고 시대의 상황이 변화되어 다시 인정받는 경우도 있을 것이다.

본 연구의 목적이 글자의 텍스트성과 이미지성의 비교우위를 논하는 것이 아니라 관계변화에 관한 연구인 것은 글자는 시대의 흐름에 따라서 사회적, 문화적인 배경이 변하는 것처럼 지속적인 영향을 주고받으며 변화되고 있다. 시대적 환경에 따라서 그 사회가 원하는 결과물은 인위적으로 만들어지는 것이 아니라 결과물이 작업의도에 역으로 작용하여 결과물에 영향을 주며 조절하는 일이 반복적으로 이루어지면서 사회적, 문화적으로 요구하는 작업이 수용자의 의견이 반영되는 과정이 이루어진다. <표4>을 보면 글자가 수용자에게 전달되는 과정에서 글자의 텍스트성과 이미지성이 표현의도의 방식이나 미디어의 변화와 기호학적인 해석의 적용이 계속적으로 전달 과정에 개입하여 그 결과가 다시 작업자에게 작용하여 지속적으로 유지 또는 변화되기도 하는 조절이 이루어진다. 이러한 현상은 문화가 오랜 시간을 지속하면서 한 번도

43) 기 본지폐, 『인터페이스』, 시공아트, 2003, p103

정체되지 않고 지속적으로 변화하고 반복하는 것과 일치한다. 피드백의 원리가 모든 행위가 동등한 정반대의 반응을 만들고 반응의 영향이 역으로 행위 자체로 귀환될 때 고리가 만들어 지는 것처럼 문화도 항상 지속적으로 반복시키며 긍정적 피드백은 발전을, 부정적 피드백은 안정을 가져오며 문화의 흐름을 유지시키고 있다. [그림4]⁴⁴⁾

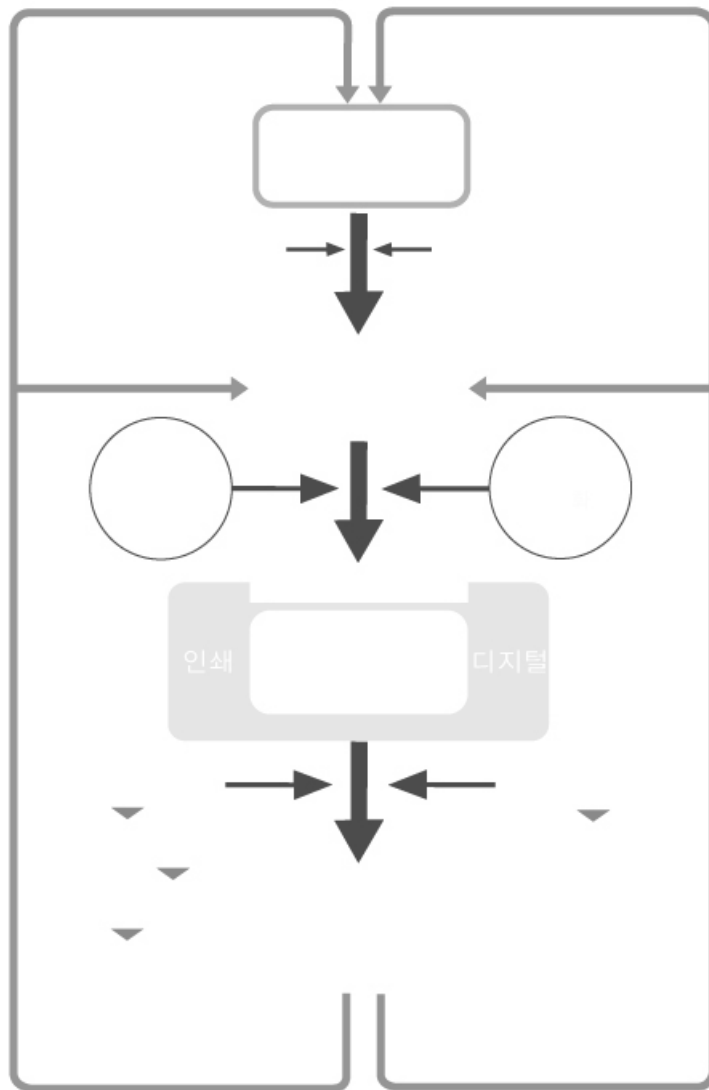


[그림 4] 피드백 고리 (Feedback Loop) - 변화(좌)와 안정(우)

최근의 미디어가 빠르게 변화하면서 이러한 주기는 더욱 빠르게 반복하고 있으며 조절하는 일이 다른 변수로 인하여 원활하지 않은 경우도 종종 나타난다.

하지만 <표4>에서 글자의 고리를 보면 모든 것이 복잡하게 영향을 주고받으며 연결되어 있기 때문에 한 변수의 변화가 다른 곳에 미치는 영향을 고려하여 전체적인 환경을 고려한 폭 넓은 설계를 한다면 이미 지성이 강한 글자를 사용함에 있어서 의미 전달의 어려움을 겪지 않을

44) 윌리엄 리드웰, 크리스티나 홀덴, 질 버틀러 공저, 『디자인 불변의 법칙 100가지』, 방수원 역, 고려문화사, 2006, p77



<표 4> 글자의 피드백 고리

것이다. 지금의 미디어 환경에서 양산되는 비언어적 글자의 문제점은 미디어의 발달로 다양한 미디어의 활용 가능성과 일부의 소수의 디자

이들이 참여하던 작업 환경에서 좀 더 대중적인 작업환경으로의 변화, 그리고 매체의 특성에 따라 사용자층의 적극적인 참여가 가능해진 것에서 그 이유를 찾을 수도 있을 것이다.

오늘날의 디자인은 타이포그래피에 한정하지 않더라도 작업에 있어서 한 가지 요소가 아니라 전체적인 디자인과 변화된 환경과의 관계를 고려하고 디자인을 한다는 의미로써 디자이너들에게 중요한 역할을 요구하는 것이다.

참고문헌

단행본 참고문헌

- Adrian Frutiger, *En torno a la tipografia*, GG Diseño, 2002
- John A. Walker, *Art and Artists on Screen*, Manchester University Press, 1993
- John A. Walker · Sarah Chaplin, *visual culture*, Manchester University Press, 1997
- Nancy Aldrich-Ruenzel & John Fennell : *Designer's Guide to Typography*, A Step-by-Step, 1991
- Peter Wagner, *Reading Iconotexts: From Swift to the French Revolution*, London, Reaktion Books, 1995 ; W.J.T. Mitchell, *Picture Theory*
- Sergio Polano · Pierpaolo Vetta, *abc of 20th-century graphics*, electa, 2003
- Steven Heller & Elinor Pettit, *Design Dialogue*, Allworth Press, 1998
- Steven Heller & Seymour Chwast : *Graphic Style Harry N. Abrams,INC.*, 1988
- William H. Melody, Liora Salter & Paul Heyer (eds.), *Cluture, Communication, & Dependency: The Tradition of H. A. Innis*, Norwood, Ablex Publishing Co., 1981
-
- 기 본지폐 저, 『인터페이스』, 박해천 역, 시공아트, 2003
- 김경용 저, 『기호학이란 무엇인가』, 민음사, 1997
- 김지현 저, 『그리드』, 미진사, 1991
- 데이빗 크로우 저, 『기호학으로 읽는 시각 디자인』, 박영원 역, 2006, 안그라픽스
- 로버트 S. 넬슨, 리처드 시프, 『새로운 미술사를 위한 비평용어 31』, 아트북스, 2006
- 롤랑바르트, 『현대의 신화(Mythologies)』, 이화여대 기호학 연구소 역, 동문선, 1997

롤랑바르트 저, 『이미지와 글쓰기』, 김인식 역, '세계사, 1993

마샬 맥루한, 브루스 R. 파워스 저, 『지구촌』, 박기순 역, 커뮤니케이션북스, 2005

마샬 맥루한 저, 『미디어의 이해』, 김성기·이한우 역, 민음사, 2002

박해천저, 『미디어는 마사지다; 열두 줄의 20세기 디자인사』, 디자인 하우스, 2004

수전 섀넌 저, 『On Photography』, 이재원 역, 서울, 2005

스티브 헬러, 마이 피나모어, 『디자이너의 문화읽기』, 장미경 역, 시지락, 2004

오규원 저, 『날이미지와 시』, 문학과 지성사, 2005

월리엄 리드웰, 크리스티나 홀덴, 질 버틀러 공저, 『디자인 불변의 법칙 100가지』, 방수원 역, 고려문화사, 2006

에디트 흐뤼손, 헤르트 스탈, 『디자인 수사학』, 강현주 역, 2004

안 치홀트 저, 『타이포그래픽 디자인』, 안상수 역, 안그래픽스, 2006

조르주 장, 『문자의 역사』, 시공사, 1995

정병규 저, 『우리 디자인의 제다움 찾기; 한글의 상형성 또는 한글의 이미지성』, 안그래픽스, 2006

존 A. 위커· 사라 채플린 공저, 『비주얼 컬처』, 임산 역, 루비박스, 2004

정시화 저, 『문화 정체성과 디자인; 우리 디자인의 제다움 찾기』, 안그래픽스, 2006

칼 스완 저, 『언어와 타이포그래피』, 송성재 역, 커뮤니케이션북스, 2003

탁석산 저, 『한국의 정체성』, 책세상, 2000

논문 참고문헌

고위공, 「복합예술 텍스트로서의 구체시」, 동서 문화연구 Vol.10, 2002

김영희, 「커뮤니케이션 연구에서의 이니스의 관점과 한국 커뮤니케이션사예의 적용문제」, 한국언론학회, 1993년5월

류영석, 「롤랑 바르트의 후기구조주의 텍스트 이론 연구」, 홍익대, 2004

류제필, 「마살맥루한 ‘미디어론’의 현대적 전개」, 성균관대학교, 1995
박한수, 「타이포그래피의 의미와 영역에 관한 연구」, 홍익대학교, 2001
송숙영, 「이미지-텍스트 관계에서 본 동아시아 타이포그래피의 기호적 성격」,
홍익대, 2000
이은정, 「청각 이미지의 시각 표현에 관한 연구」, 홍익대학교, 2003
이동후, 「기술 중심적 미디어 론에 대한 연구: 맥루한, 웅, 포스트만을 중심으로」, 언론과 사회 제24권, 1999
최민성, 「멀티미디어시대의 시적 이미지 연구」, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2002
최용호, 『글자의 색깔』, 한국기호학회, 2005

기타 참고문헌 및 참고자료

<http://theology.co.kr/article/alphabet.html>

<http://deer.smu.ac.kr/~cjpark/essay/semio.htm>

Le Nouvel Observateur, Jan 10, 1977

최승언옴김, 『일반언어학강의』, 1990

김현미, 「신 타이포그래피의 전통을 잇는 서체」, 월간디자인 2004/4

Abstract

A Study on the relation between character as text and character as image of typography in digital media age

Lee, Se hern

Major in Visual Communication Design

Department of Media Design

Graduate School of Hansung University

The Purpose of this study to understand the relation between type as text and type as image, and to find the present of typography through researching the reason that typography makes various roles as a new visual language beyond the original type's role, communicating the meaning of type.

Type makes a role as a text when it can be readable through voice, but the characteristic of image become strong when it can not be readable or it can not be understood the meaning.

And, the relations between characteristic of text and that of image in type were researched from different angle such as changes of media, semiotics, esthetics and social culture.

In background that text's meaning transmission is possible to be used in other way not only in linguistic system, we can't ignore effect of expansion of post-modernism and development of media, and this recent happening also affects change of user who actively

receives external culture circumstance.

The character as image and the character as text of typography are intervene in expression way of meaning or change of media, effect of semiological exposition in progress of meaning transmission. In this progress, meaning reception consequence also acts to person and it keeps maintain and change and it circulates.

This happening harmonize with it doesn't stop and keep change and repeat for a long time.

The effect of developed media has been changed the expression style but expression purpose could work different with technical change of media. All these are changing into situation that user's demand is mainly reflected.

In the meaning of that today design works in not only in typography but also in whole work and considers design with changed circumstance, designing means lots to designers.