

타이포그래피 미디어(이모티콘)의 소통과 공공성

Typography Media(Emoticon) for the Public Service and Communication

김영국
홍익대학교 조형대학

Young-Kook Kim(kook1@hongik.ac.kr)

요약

미디어의 발전 속에서 문자의 사용은 다양한 방법으로 발전해왔다. 인터넷과 모바일의 급속한 성장에 따라 디지털 환경에서 문자언어의 새로운 역할인 시각화와 감정전달이 대두되었다. 의사소통의 편의성을 위한 도구의 한 부분으로 생겨난 이모티콘은 비대면 커뮤니케이션 상황에서 소통문화의 효과적 역할을 한다. 특히 창제 원리상 소통과 나눔의 의미를 내포하며, 단순명료한 형태적 특성을 갖는 한글을 조합하여 만들어진 한글 이모티콘은 그 구조적, 조형적 특성으로 인해 조합과 활용에 편리하여 디지털 커뮤니케이션 환경에서 중요한 시각적 요소의 역할을 한다. 한글 이모티콘은 우리 한글문화의 한 부분이며 매체의 발달에 따른 시각언어의 글로벌화 현상에 비추어 볼 때 국제적 커뮤니케이션 도구로서의 가능성도 충분하다. 개인미디어의 보편화와 미디어의 주체적 사용자의 변화 속에서, 타이포그래피 미디어의 한 부분인 한글 이모티콘의 활용증가와 공공성의 문제를 검토하고자 한다.

■ 중심어 : | 커뮤니케이션 | 타이포그래피 미디어 | 이모티콘 | 시각 언어 |

Abstract

In line with the development of Media, the use of character has been developed in various ways. Specially, it has been emerged the functions of written language of visualization and delivery of emotion in the digitalized environment due to speedy growth of internet and Mobile. The emoticons emerged as a tool for the convenience of communication proved to have taken effective role in the part of communication culture. Particularly, Hangeul emoticons which contains the meaning of communication and sharing in tandem with the principle of Hangeul invention, provides convenience in combination & use due to its structural and design characteristic for which it plays a significant role of visual element. Hangeul emoticon is definitely a part of Hangeul culture and in view of globalization of visual language in connection with media development, there is a huge potential being to be used as a international communication tool. In this study, it will be reviewed on the increased utilization of Hangeul emoticons and related public issues as being a part of typography media, in view of the generalization of private media as well as change of subjective user.

■ keyword : | Communication | Typography Media | Emoticon | Visual Language |

* 본 연구는 2008학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었습니다.

접수번호 : #110214-002

심사완료일 : 2011년 05월 03일

접수일자 : 2011년 02월 14일

교신저자 : 김영국, e-mail : kook1@hongik.ac.kr

I. 서론

1. 연구 배경

현대 디지털 사회에서 나타난 큰 변화 중 하나는 커뮤니케이션 환경의 발달이다. 인터넷과 모바일 기기 등 미디어의 발전으로 보편화 된 가상공간의 환경에서 사용자들은 상호작용이 가능해졌다.

1인 미디어적 특성을 가진 커뮤니케이션 환경에서 공공성의 문제는 더 이상 특정 계급에만 국한되지 않는다.

이전까지 대표적인 의사소통의 수단으로 사용되었던 문자 언어는 시각 기호의 역할까지 수행하게 되었다. 정보를 전달하는 도구에서 감정의 전달이나 조형적 표현까지 추구하는 영역으로 확장된 문자언어는 이모티콘과 같은 형태로 변화하고 발전되었다.

자신의 의사를 명확히 전달하기위해 발전해온 디지털 언어인 이모티콘은 더 이상 특별한 현상이 아니며, 국내에서는 간단한 기호의 조합으로 이루어진 것을 넘어 한글을 자유롭게 조합한 이모티콘이 빈번하게 활용되고 있다. 디지털 환경의 커뮤니케이션 특성상 한글 이모티콘의 자유로운 제작과 활용은 인터넷 사용자라면 누구나 가능하며, 스마트 모바일 기기의 보급이 급성장하고 있는 현 사회에서 이를 통한 표현물은 개인이나 특정 집단의 것이 아닌 상호간에 공유가 가능한 개방된 영역에 속하게 되었다.

이러한 관점에서 타이포그래피 미디어의 공공성에 관한 시각에서 한글 이모티콘에 대한 논의가 필요하다.

2. 연구 목적

디지털 환경의 커뮤니케이션 도구 중 하나인 이모티콘의 감정 전달과 조형 표현에 관한 논의는 계속되어 왔다. 국내 사용자들이 주로 쓰는 한글 이모티콘은 한글 글자꼴 자체의 단순한 형태적 특징으로 인해 사용하기 쉽고 사용자가 원하는 조형 요소를 표현하기 용이하다.

한글 이모티콘을 대중성을 가진 한글 타이포그래피의 한 영역으로 본다면 현재의 커뮤니케이션 환경의 특성상 면대면 접근법에 노출되어 있는 모든 개개인이 주

체가 될 수 있다.

여기서는 한글의 창제원리적 특성(측은지심, 다양성의 인정, 정보공유와 분배 등)을 바탕으로 이루어지고 있는 현대사회의 커뮤니케이션 수단으로서의 한글 이모티콘을 공공성적인 측면에서 논의해 보고자 한다.

한글 이모티콘 활용의 역기능 보다는 순기능에 초점을 맞추어 서술하고자 한다. 한글 이모티콘은 단순명료한 형태적 장점을 포함하여 우수한 가치를 가진 한글의 실용적 활용의 한 부분이다. 한글 이모티콘 자체의 제작이나 배포에 대한 제한이 아닌 우리 문화의 표현과 소통을 위한 시각적 커뮤니케이션 도구로써 범용적인 의식을 가지고 새로운 시각 문화 마련의 가능성에 대한 문제 제기를 하고자 한다.

II. 본론

1. 디지털 환경에서의 커뮤니케이션

디지털 환경에서 정보통신 기술의 발전은 다방면에서 사회 문화적 영향을 미치고 있다. 특히, 인터넷의 사용으로 시작된 디지털 커뮤니케이션 환경의 특성은 시공간의 제약을 받지 않으며 가상공간에서 동시적, 비동시적 커뮤니케이션이 가능하여 상호작용이 용이하다는 것이다.

이렇게 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 환경 특성상 개인은 정보 수용자인 동시에 제작자의 역할을 할 수 있기 때문에 커뮤니케이션의 주체적 역할을 한다. 개방적이고 자유로운 정보 교환은 개인미디어의 활성화를 가져오고, 모바일의 발달은 미디어의 휴대성을 높여, 디지털 커뮤니케이션의 발전에 가속화를 가지고 왔다.

미디어의 발달에 따라 문자의 형태도 다양한 방법으로 소멸하고 발전해왔으며 문자 언어는 시대적 흐름을 반영하면서 지속적으로 변형 되어왔다. 디지털 환경에서 사용자들은 문자 뿐 아니라 그림, 사진, 동영상 등도 쉽게 접하고 사용할 수 있다.

그 중 문자 언어(텍스트)가 가장 자주 사용되는 이유는 텍스트가 다른 요소들 보다 간결하고 용량이 작아 저장과 편집, 공유가 용이하기 때문이다. 상대적으로 가

범게 주고받기 쉬운 텍스트는 그 자체의 의사소통 기능 뿐 아니라 세심한 감정이나 다양한 조형적 표현의 역할 까지 하고 있다. 이는 가상공간에서 이루어지는 커뮤니케이션 환경의 특성상 사용자들이 표현하고자 하는 것은 단순한 의미전달 뿐 아니라 대면커뮤니케이션 상황과 유사한 생생함이나, 즐거움, 개성표현이기 때문이다.

디지털 환경에서 사용자들의 문자언어(텍스트) 활용은 적극적이다. 공공 매체에서 주로 사용되던 폰트는 인터넷 모바일 사용자라면 누구나 쉽게 구입하거나 제공받아 사용할 수 있다. 디지털 환경에서 글꼴(폰트) 사용이 보편화되면서 사용자들은 개개인의 개성을 표현하기 위한 방법으로 타이포그래피를 적극 활용하게 되었다.

마음에 드는 폰트를 개인 블로그나 모바일에 적극 활용하거나 자유롭게 이모티콘을 만들어 쓰고 있는 것이 그 예라고 할 수 있다. 이모티콘은 사용자가 문자, 기호, 숫자 등의 요소들을 적절히 조합하여 만들어 내는 것으로, 간단한 감정 전달 뿐 아니라 구체적인 형태를 묘사하는 도구로도 쓰인다. 이는 기존의 문자를 해체하고 재조합해 원래의 기능과 의미와는 다른 새로운 의미나 형태를 표현하고, 문자이지만 이미지적 기능도 가진 새로운 시각적 표현 도구라 할 수 있다.

2. 현대 커뮤니케이션 환경과 이모티콘

2.1 커뮤니케이션 이론의 변화

한글 이모티콘이 갖는 의미를 찾기 위해서는 그동안 이루어져 온 커뮤니케이션 과정에서의 일련의 연관성에 주목할 필요가 있으며, 그 발전 과정은 커뮤니케이션 미디어의 변화에 따라 그 형태가 수정 및 보완되어 왔다.

그리고 텍스트의 형태를 변형시켜 사용함으로써 이미지화되어 표현되는 이모티콘은 영상과 소리로 표현되는 의사전달 수단을 제외하면, 경제적인 측면에서 최상위 수준으로 발달된 커뮤니케이션 수단의 형태라 할 수 있겠다.

기존 커뮤니케이션학은 의사전달 모형의 발전에 있어 매스미디어를 활용한 커뮤니케이션 모델 및 이론이 주를 이루었는데, 그 과정에서 의견의 차이는 있지만

기본적인 틀은 다음의 구성을 따른다. 이와 같은 기본 구성 아래 각 요소가 단일 객체인지 다수의 객체인지의 여부와 송신자가 전달하고자 하는 메시지가 수신자에게 끼치는 영향력이 얼마나 큰가에 대한 관점에 따라 다양한 이론이 제시되어왔다.

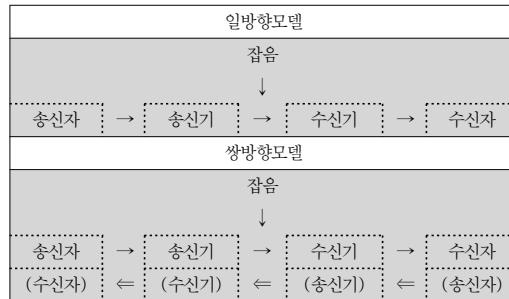


그림 1. 커뮤니케이션 이론의 기본 모델

그러나 이러한 모델은 디지털 미디어를 포함해 다양하고 복잡한 커뮤니케이션 수단이 공존하는 현대의 커뮤니케이션 상황에는 적합하지 않아 커뮤니케이션학계 내에서도 이론의 관점을 기존 언어나 기호의 관점에서 벗어나 인간 자체로 전환하여야 한다는 변화가 생겨났고, 이러한 변화에 따라 커뮤니케이션의 주체를 인간 본연으로 봐야한다는 인간 커뮤니케이션 모델에 대한 논의가 지속적으로 이루어지고 있다.

인간 커뮤니케이션 모델을 정리하면 다음과 같다. 인간은 발신자가 되었던 수신자가 되었던 커뮤니케이션 활동을 함에 있어 커뮤니케이터는 자신 내부의 또 다른 화자와 청중을 가정하고 커뮤니케이션 활동을 하고, 그 결과물을 커뮤니케이터 자신의 내부를 벗어나 외부의 청중에게 전달하는 과정 중에서도 자신의 내부적으로는 순환커뮤니케이션 활동을 지속하게 된다는 것이다. 이러한 일련과정은 순환되는 과정을 거치게 되므로 커뮤니케이션 활동은 자아와 타아 그리고 자신과 타인의 순환적인 커뮤니케이션 활동을 의식하든 못하든 지속적으로 전개하고 있다는 것이다[1].

2.2 디지털 환경에서 소통 과정과 표현수단의 변화
커뮤니케이션의 소통과정과 표현수단의 변화는 이모

티콘을 사용하는 디지털 환경에서 더욱 잘 나타나고 있다. 이는 디지털 환경에서의 세계관의 변화에 기인하고 있다. 기존의 커뮤니케이션 환경은 현실에서 대면 혹은 지면이나 화면상에서 이루어지는 행위였다. 기존 현실에서는 자신을 드러내놓고 자아와의 접촉이 주된 커뮤니케이션 활동의 영역에 있었다.

이런 일련의 행위들은 일종의 목적성을 가지고 커뮤니케이션이 이루어지게 되었으며, 커뮤니케이션 활동을 통해 메시지를 전달하는 특정대상에게 영향력을 행사하고자 하는 방향으로 이루어졌다. 그러나 디지털 환경에서의 커뮤니케이션 활동은 가상공간에서의 행위로서 커뮤니케이션 행위의 주체는 현실의 자아가 아닌 또 다른 공간의 자아 혹은 메시지 자체가 된다. 즉 디지털 환경에서의 접촉은 현실에 존재하는 자아뿐만 아니라 가상공간에 존재하는 자신이 지향하는 자아 혹은 자신이 지향하는 바를 표현해놓은 메시지 자체가 커뮤니케이션의 주체가 된다는 것이다. 이 가상공간의 커뮤니케이션 주체도 타인에게 영향력을 행사하고자 하는데 현실의 권력양상에서 독립적으로 이루어지는 다른 공간이기 때문에 기존 현실에서처럼 자신의 영향력을 행사하기가 쉽지 않다는 단점이 있다. 이를 보완하기 위해 사람들은 평소에 가상공간상의 자아를 형성해놓아 그 영향력을 행사하고자 할 때 커뮤니케이션이 원활하도록 가상의 커뮤니케이션 주체를 만들어가는 것이다[2].

이상의 가상공간에서의 커뮤니케이션 활동을 인간커뮤니케이션 측면에서 바라본다면, 디지털 매체 상에서 보여 지는 메시지 또한 결국 가상의 자아이긴 하지만 그 가상자아를 소유한 인간의 메타포에 의한 인지적 접촉의 과정을 거쳐 커뮤니케이션 하게 된다는 것이다.

인터넷상의 게시판에 글을 쓴다고 가정할 때, 그 메시지를 쓰는 주체인 인간은 인터넷 상에서 자신의 메시지를 보게 될 가상의 청중을 설정하여 그 청중을 향해 메시지를 작성하게 된다. 작성하는 메시지는 글을 쓰는 주체인 자신의 메타포과정을 거치게 되며, 읽는 청중 또한 자신의 메타포과정과 유사한 과정을 거쳐 그 메시지를 받아들일 것이라고 설정하여 글을 쓰게 된다. 그러나 인간의 대표적인 메타포 수단인 언어만으로는 현실에서 표현 가능한 메시지를 전부 전달할 수는 없다.

이는 사람의 인지 수단이 단순 음성언어에만 의지하거나 시각언어에만 의지하는 것이 아니라 커뮤니케이션 하는 상황 및 환경을 종합적으로 판단하여 메시지를 전달하고 수용하기 때문이다[3].

이런 단점을 보완하기 위해 디지털 커뮤니케이션 환경에서 커뮤니케이션 주체들은 보조적인 수단을 활용하게 되었는데 이 보조수단의 대표적인 예가 이모티콘이다. 동일한 메시지를 보내더라도 이 메시지를 자신이 경험적으로 알고 있는 상황을 설정하여, 어떤 상황에서 전달하는 것이 자신의 메시지를 왜곡하지 않고 효율적으로 전달할지를 안다. 이는 현실에서 커뮤니케이션 하면서 의식 혹은 무의식 적인 활동을 통해 자연스럽게 습득한 인간의 커뮤니케이션 스킬이다. 이런 스킬을 표현하기에 가장 간편하고 보편적으로 사용되고 있는 것이 이모티콘이다. 즉 화자는 내가 이모티콘을 사용해 자신의 웃는 모습을 연상하며 메시지를 작성해 놓으면 청중은 그 이모티콘을 보고 청중 자신이 웃고 있는 모습을 연상하며 메시지를 받아들일게 된다고 여기는 것이다.

이는 위에서 언급한 인간커뮤니케이션 모형의 일련 과정이 디지털 환경 상에서 기호 현상학적 커뮤니케이터의 내부구조 모델이 외부로 발현되어 기호 현상학적 커뮤니케이팅 과정과 함께 일어난다. 이런 이모티콘의 활용 과정은 국내 사용성이 용이한 한글 이모티콘에서 더욱 빈번하게 발생한다.

3. 한글 이모티콘

3.1 한글 이모티콘의 개념

이미지 중심 사회인 현대 디지털 환경에서 사용자들의 커뮤니케이션 방식이 넓어짐에 따라 문자언어는 그림 기호와 같은 시각 표현의 역할도 하게 되었다.

문자는 다양한 표현 도구로 쓰이게 되었는데 이런 역할을 하는 것들 중 하나인 이모티콘은 텍스트를 기호적으로 활용하여 감정 전달과 조형적 표현을 가능하게 하는 것으로, 이때 사용자들은 이모티콘에 사용된 텍스트를 문자언어 보다는 시각언어로 인식한다.

국내에서 주로 사용되는 이모티콘들을 보면 한글이 포함되어 만들어진 형태가 대부분인 것을 볼 수 있는데, 한글 이모티콘은 한글 낱자를 조합하여 만든 이모티콘으로 간단한 감정 표현에서부터 글자그림이라 칭할 만큼 복잡한 조형적 표현까지 나타난다.

한글 이모티콘의 다양한 활용이 성행하는 것은 한글 글자꼴이 이모티콘을 만들어 사용하는 데 용이한 특성을 가지기 때문으로 보인다.

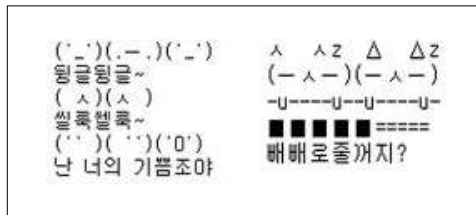


그림 2. 한글 이모티콘

3.2 한글 이모티콘의 특성

이모티콘 사용자들은 소통의 도구로 한글을 자유롭게 활용하여 이모티콘을 만들고 변형, 변화 시켜왔다. 한글의 어떤 특성이 한글을 이모티콘에 활용하기 적합한 것일까.

한글은 서구의 알파벳이 상형문자로부터 오랜 세월 변이를 거쳐 정립되어온 역사적 발달과는 다른 맥으로 과학적이고 체계적이며 사용하기 쉽도록 만들어진 문자이다. 한글은 발음기관과 천지인의 형상을 따서 기본자를 만들고 단순한 기하학적 도형을 기본으로 가획, 대칭, 반복하는 방법을 통해 수많은 글자를 표현하도록 만들어졌다. 이렇게 간단한 모양을 기본으로 수많은 경우의 수를 표현 가능한 것은 한글의 체계적이고 경제적인 특성으로 여타의 문자 체계에서 발견하기 어렵다.

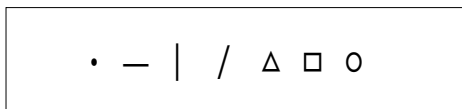


그림 3. 한글의 기본 형태 구조

한글 각 자모의 형태를 살펴보면 점, 수직선, 수평선, 사선을 바탕으로 기본 도형인 원, 사각형, 삼각형 구조로 그 형태가 명료하며 기하학적이다. 한글은 조형의 삼대 요소인 점, 선, 면이 고루 포함된 글꼴이다. 이러한 한글꼴의 기하학적 조형이미지는 다양한 시각적 표현이 가능한 형태로 무한한 잠재력을 가지고 있다.

한글꼴의 기본 형태가 단순하기 때문에 이는 이모티콘에 적용하였을 때 다른 문자나 기호와 조화롭게 사용되기 쉬우며, 비슷한 모양의 다른 기호들과 조합되어 리듬이나 패턴을 나타내기에도 용이하다. 한글 낱자들의 조합은 특히 감정을 나타내는 이모티콘에서 눈이나 입을 표현하는 데 자주 쓰이는데 여기서 한글꼴의 기본 도형 형태는 시각적 자극이 단순하여 특정 형태로 쉽게 연상된다.

한글 이모티콘의 또 다른 특성 중 하나는 한글의 모아쓰기 구조에 기인한다. 한글은 모아쓰기를 기본으로 하여 자유롭게 가로 세로로 풀어쓸 수 있는 특징을 가진다. 즉, 한글을 이모티콘에 활용 시 각 낱자를 풀어 써 위치를 재배열해도 인식이 가능한 구조를 가지고 있다.



그림 4. 한글의 모아쓰기 구조와 한글 이모티콘

모아쓰기 구조를 가지고 있는 한글의 특징으로 인해, 한글 이모티콘 사용 시 [그림 4]와 같은 입체적이고 구조적인 활용이 가능하다. 즉, 한글의 덩이글자 특성으로 인해 각각의 낱글자를 따로 떼어 재배열하여도 상하좌우의 한글 구조만 지킨다면 인식이 가능하여 이모티콘 조합이 용이하다. 또 한글을 풀어 썼을 때 다른 문자나 기호 등과 조합해서 사용하기 용이하다.

이러한 한글의 구조적 장점은 특히 모바일 사용 시 한글 이모티콘의 사용을 편리하게 해 준다. 모바일 화면에서 한글 입력 방식이 쉬운 것은 한글을 이모티콘에 적극 이용하는 이유가 된다.

3.3 한글 이모티콘의 종류

한글 이모티콘의 종류를 크게 두 가지로 정리해 보면 첫째, 얼굴의 모양이나 감정을 표현한 것들이 있다. 한글 이모티콘에서 얼굴의 표현은 위에서 아래로 읽히는 세로형 구조를 주로 사용 한다. (이것은 이전에 알파벳 문화권에서 사용되어오던 가로방향으로 읽히는 스마일리의 방향성과는 다르다.) 특히, 눈과 입의 모양에 한글의 자음과 모음을 주로 사용하는 특징을 가지고 있다. 국내 4대 일간지라 칭하는 주 언론사의 사회면에서 이런 유형의 눈표정의 이모티콘을 사용하기도 한다.

둘째, 사물이나 특정 형태를 조형적으로 표현한 이모티콘이 있다. 이것은 한글에 다양한 문자와 문자기호, 숫자, 특수문자를 조합하여 단순한 형태에서부터 복잡한 형태까지 표현하고 있는 특징을 보인다.



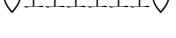
TT TT ^s^ s_s -o- h_h	
★ s s○s s□ss s△ss○s s△ss□ss —	。°q"s"s"p°。 ..°(오)°。   

그림 5. 한글 이모티콘의 종류 예시

이모티콘을 표현하는 것에 있어서, 사용자들은 컴퓨터나 휴대폰 화면에 있는 여러 가지 요소들을 조합하여 형태를 만든다. 최근 한글 이모티콘에서는 날자 하나하나의 의미에 심미적 조형성을 강조하는 문자도의 형태나 캐릭터를 강조한 형태, 그리고 전체문장을 이미지화하여 그래픽을 강조하는 형태 등 문자의 기호적 개념에서 벗어나 메시지를 전달하기 위하여 점점 더 텍스트의

심미적 기능을 강조하고 조형화를 꾀하는 모습이 눈에 많이 띄고 있다. 한글 이모티콘에서 보이는 이런 이미지 언어의 적극적이고 감성적인 표현은 보는 행위가 중심이 되는 커뮤니케이션 구조의 변화가 텍스트 의사소통에서도 적극적으로 반영된 모습으로 해석된다[4].

4. 한글 이모티콘의 공공성 문제

4.1 한글의 공공성

한글은 다른 언어와는 다르게 뚜렷한 근거를 바탕으로 훈민정음해례본에 창제 의의가 남겨져 있는 언어이다. 한글 창제의 기본 정신은 해례본 첫머리에 언급된 것처럼 글과 말이 다름을 인식하고 글이 없는 백성을 가엾게 여기는 마음을 바탕으로 즉, 백성을 측은하게 여기는 인본주의 정신의 발로로 탄생되었다[5].

500여 년 전에 창제된 한글은 ‘측은지심’을 바탕으로 정보공헌과 분배의 관점에서 창제되었다는 점, ‘나와 남이 다름’을 존재론적 관점에서 인식하고, ‘교화’와 ‘상호교환성’의 가치를 실현하고자 했다는 점, 그 조합 규칙의 개방성 때문에 다양한 사용자의 개입을 수용할 수 있는 열린 문자라는 점에서 정보를 다루는 현대의 다양한 관점들과 매우 유사한 특징을 갖고 있다[6].

4.2 한글 이모티콘의 공공성

디지털환경에서 개인의 공간은 이제 더 이상 개인만의 공간이라고 보기 어렵다. 이는 디지털 환경의 이용이 특수한 집단에만 허용된 것이 아니라 범용적으로 사용되는 공간으로 변화하였기 때문이다.

오래전에 가상공간을 사용하는 사람들은 군인이나 과학기술자와 같은 특수한 목적이나 지식을 가진 집단이었다. 그러나 이용자의 편의성을 지향하는 가상공간으로의 변화가 다양한 개인과 집단의 유입을 유도하면서 기본적인 교육을 접한 사람이면 누구나 사용할 수 있는 공간으로 변모하였다.

따라서 디지털 환경에서 사용되는 커뮤니케이션 수단역시 일부 특정 이익을 목적으로 하는 집단에서만 사용하는 프로그래밍 언어나 군사용 언어 등의 디지털 언어에서 누구나 사용할 수 있는 언어를 수용하여 디지털 환경에서 사용할 수 있는 커뮤니케이션 수단으로 변화

되어 온 것이다.

이전까지 공공매체에서 타이포그래피(서체)에 대한 결정권은 디자이너나 편집자에 있었다. 그러나 미디어의 발달로 이제는 개인의 자발적, 즉흥적 표현을 위해 인터넷이나 모바일 사용자라면 누구나 주체가 되어 문자의 다양성을 표현할 수 있게 되었다. 이것은 곧 문화적 공감대의 전달이나 문자 전달에 있어서 개인의 감성이나 개성까지 담아 전달하는 것이라고 할 수 있다.

같은 맥락으로 타이포그래피의 공공성에 대한 논의는 공공디자인의 영역에서 거리 간판이나 도시경관 광고, 책표지 등에서 거론되어져 왔으나 이제 타이포그래피 미디어의 공공성에 관한 논의는 디지털 환경 속에서 더 넓어지고 있다. 인터넷이나 모바일 문자메시지 활용에서 한글의 실용성과 편의성은 이모티콘과 같은 시각화된 문자의 활용으로 폭넓게 사용되고 이것은 문자언어 사용의 긍정적 변화와 한글 사용의 창의적 확장으로 볼 수 있다.

개개인이 주체가 되어 한글로 이모티콘 표현을 한다는 것은 문자를 해체하고 조합하여 다양한 결과물을 만들어 내는 인터넷 상의 글자 놀이 문화의 하나라고 할 수 있다. 한글 이모티콘의 이런 사용은 문법의 파괴나 언어 표현력의 하락 등의 사회적 역기능을 가지고 있지만 결과적으로 구체적이고 유희적인 전달기능을 가져 의미 있는 한글 사용 문화의 일부분이다. 여러 가지 한글 자형의 조형적 활용으로 만들어진 이모티콘은 한글을 통한 문화적 공감대를 형성해 소통문화와 표현문화의 발전 가능성을 보인다.

인터넷이 보편화 된 현 커뮤니케이션 환경에서 한글을 시각요소로 활용하는 것은 국내 사용자들에 국한되지 않고 다른 문화적, 언어적 코드를 가진 외국인에게 우리 문화의 나눔 가능성을 보여주는 예이다. 이는 한글 이모티콘이 의사소통의 기능 뿐 아니라 이제는 문화적 가치를 담고 있는 시각 이미지요소로서의 발전 가능성을 보여주는 것이다.

시각언어으로써 한글 이모티콘은 사회문화적 관점에서 그 활용성에 대한 가능성과 그 공공성의 논의가 필요한 시점이다. 공공성의 사전적 개념은 특정 개인이나 단체가 아닌 사회 구성원 전체에 두루 관련하는 성질이다.

대중적인 시각에서 본 한글 이모티콘은 타이포그래피 미디어의 한 부분으로 봤을 때 디자이너의 사회적 역할을 넘어 디지털 환경에서 불특정 다수인 사용자들의 공공성 의식에도 영향을 미치고 있는 것이다. 개개인의 공간이라고 볼 수 있는 개인 블로그, 홈페이지, 모바일 환경은 실질적으로 타인, 혹은 또 다른 대중에게 보여주기 위한 공적인 공간이 될 수 있다.

이런 관점에서 한글 이모티콘을 일시적인 놀이문화로 볼 것이 아니라 우리 문자의 새로운 커뮤니케이션 도구로서의 발전 가능성과 글로벌 커뮤니케이션 도구로써 문화적 가치를 논의할 수 있다. 한글은 그 창제원리에서 나타나는 공공성뿐만 아니라 조형적으로도 간단명료하고 인지되기 쉬운 기본도형의 형태를 갖고 있다. 이런 한글의 형태적 장점은 한글 이모티콘의 사용으로 인해 디지털 사회의 커뮤니케이션 영역의 표현 도구로써 발전 가능성이 충분하다.

III. 결 론

디지털 환경에서 한글을 자유롭게 조합해서 사용하는 한글 이모티콘은 한글의 실용적 활용의 한 부분으로 한글문화의 소통과 나눔의 시각으로 보았을 때 관심과 논의가 필요한 영역이다.

개인 사용자의 주체적 역할과 그에 따른 개인 미디어 환경의 특성 상 우리 글자의 시각 언어적 활용은 한글 문화의 작은 한 부분이지만, 누구나 사용할 수 있으며 누구에게나 보여질 수 있다는 점에서 공공성의 문제를 거론하였다. 또 한글 타이포그래피의 대중적인 한 부분으로 한글 이모티콘의 개념과 활용에 대한 의의를 살펴 보았다.

이모티콘은 복잡한 사회에서 수용자의 직관적 판단에 의해 사용을 유도하는 스마트 기기의 유저인터페이스(UI)를 참고하더라도 짧지만 극명한 소통의 요구에도 부합하는 특징을 가졌다.

현대 사회의 글로벌 커뮤니케이션 영역은 언어, 국가의 제한 없이 이루어지고 있다. 매체의 발달에 따른 시각언어의 글로벌화 현상에 비추어 볼 때 앞으로도 한글

과 한글 이모티콘은 한글문화의 발전에 바탕이 될 것이다. 한글 이모티콘은 한글 자체가 가진 기본 도형적 특성과 구조적 효용성으로 인한 장점이 내재되어 있어 다양한 매체에서 우리 시각문화의 특징적인 요소가 될 가능성이 충분하다.

텍스트의 해체적 표현의 하나인 인터넷 외계어 사용처럼 새로운 미디어의 사회적 역기능 부분이 부각되지 않도록 한글 본래의 의미를 훼손하지 않는 범위에서 한글 표현문화의 하나로서 한글 이모티콘에 대한 바른 인식과 사용이 필요하다.

우수한 문화적 가치를 가지고 있는 한글의 실용적인 활용을 위해 앞으로도 다양한 관점에서 한글의 시각적 표현 방법과 의미소통의 도구적 가치를 연구하는 지속적인 관심이 필요하겠다.

[7] www.hangeulmuseum.org

저자 소개

김영국(Young-Kook Kim)

정회원



▪ 1993년 2월 : 홍익대학교 산업미술대학원(미술학석사)

▪ 1997년 5월 : Rochester Institute of Technology(미술학석사)

▪ 1998년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 조형대학 교수

<관심분야> : 그래픽디자인, 편집 · 타이포그래피

참고 문헌

- [1] 조창연, “인간커뮤니케이션의 모델 구축을 위한 인지거호학적 연구”, 커뮤니케이션학 연구, 제 11-1호, 2003.
- [2] 이호규, “주체형성 장치로서의 가상공간과 커뮤니케이션 모델 : 르페브르와 푸코의 논의를 중심으로”, 사이버커뮤니케이션학보, 통권 제27권, 2호, 2010.
- [3] 이두원, “기호현상학적 휴먼커뮤니케이션 모델 구축에 대한 이론적 연구 : 커뮤니케이터, 커뮤니케이팅, 커뮤니케이티드”, 한국언론학회 '95 가을철 학술 발표회, 1995.
- [4] 전광실, “한글 이모티콘과 해체주의 타이포그래피와의 유사성에 관한 연구”, 한국기초조형학회, Vol.9, No.1, p.658, 2008.
- [5] 김명지, “한글을 모티브로 한 현대미술작품에 관한 연구-한글창제 철학을 중심으로”, 한국디자인 문화학회, Vol.16, No.2, p.109, 2010.
- [6] 안병학, “한글 창제 철학에 담긴 공공정보디자인적 특성”, 디자인학연구, 통권 제72호, Vol.20, No.4, p.295, 2007.