

문자기호학과 인터랙티브 콘텐츠 연구*

백승국**

【 차례 】

- I. 문자와 기호 그리고 콘텐츠
- II. 문자기호의 도상성과 삶의 형식(Forme de vie)
- III. 문자기호의 인지적 기능
- IV. 문자기호의 확장성
- V. 문자기호와 인터랙티브 콘텐츠
- VI. 나가는 말

국문초록

본 연구는 문자기호학의 이론과 접근 방법론에 관한 학제적 관점을 고찰하는 논문이다. 문자기호학은 소쉬르의 언어기호학적 관점을 부정하는 차원에서 시작되었다. 문자기호는 시각적 요소와 소통적 요소 그리고 인지적 요소 등을 동시에 가지고 있어, 인류학, 언어학, 심리학, 기호학 등의 학제적 연구가 가능한 주제이기 때문이다. 문자기호는 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성과 메시지를 전달하는 소통성 그리고 인간의 사고를 촉발시키고 생각을 교환하는 매개기능이 강한 인지적 속성을 갖고 있다. 문자는 매체의 속성에 따라 독자 혹은 유저의 감각, 감성, 인지 영역에서 소구하는 도상과 상징성을 내포하는 문자기호이다. 따라서 문자기호에 관한 연구는 문자를 단순하게 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성에만 집중하는 것이 아니라, 인간의 지식을 생성하고 저장하는 인지차원의 관점에서 문자기호의 학제적 연구가 활성화되어야 한다.

열쇠어 : 문자기호학, 내재적 도상성, 문자기호, 인지적 기능, 삶의 형식

* 이 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었음.

** 인하대학교 문화콘텐츠학과

I. 문자와 기호 그리고 콘텐츠

소쉬르의 언어기호학에서 출발한 기호학의 연구대상이 문자기호에 관심을 갖기 시작했다. 언어기호에서 출발한 소쉬르 기호학이 서사기호학을 지나, 시각기호학, 정념기호학, 인지기호학으로 넘어오는 과정에서 무관심하게 다루었던 문자기호가 기호학의 학제적 연구로 부상하고 있다. 언어기호와 대비되는 문자기호가 학자들의 연구 영역으로 수용되기 위해서는 기호학 기반의 학제적 이론과 방법론을 제시해야한다. 또한 문자가 기호학적 연구 대상으로 부상하게 된 원인이 무엇인지 통시적·공시적 관점의 접근이 필요하다.

소쉬르는 <일반언어학 강의>의 서론 제6장 <문자에 의한 언어의 재현>에서 언어와 문자를 두 개의 기호체계로 구별하면서, 문자체계의 존재이유가 언어를 재현하고 표기하는 데 있다고 언급하였다. 소쉬르는 언어는 진화하지만 문자는 있는 그대로 존속한다는 관점에서 접근하였고, 문자기호학의 학제적 접근은 소쉬르 언어기호학의 논쟁에서 시작되었다. 문자기호학은 소쉬르 언어기호학의 독트린을 거부하는 관점에서 출발한다는 것이다. 소쉬르 언어기호학의 핵심키워드는 언어와 구술이다. 소쉬르는 기표를 소리-이미지(sound-image)로 기의를 의미 개념(concept)으로 정의하면서 기호의 개념을 규정하였다. 소쉬르 기호학 이론은 언어와 구술성에 방점을 찍고 있으며, 두 개념의 기능을 수행하는 것이 파롤이다. 통시대, 공시대, 계열체, 통합체, 랑그와 파롤 등 소쉬르가 제안한 이분법적 관점의 기호학 이론을 수용한 학자들은 문자는 언어 존재를 재현하고 보여주는 코드로서의 역할을 수행하고 있다고 생각했다. 문자가 파롤의 옮겨 쓰기, 즉 파롤의 전사(transcription) 역할만을 수행한다고 생각했다. 이러한 관점에서 바라보는 소쉬르 언어기호학의 접근 방식을 거부 혹은 유보하는 것이 바로 문자기호학이다.

학제적 차원에서 문자기호학을 연구하는 이사벨 클락 풍타닐은 문자

가 오랫동안 언어학에 종속되어서, 문자가 언어를 보조하는 단순 재현 기능으로만 평가받았고, 보수적인 언어학자들이 관념에 갇혀있었다고 비판하였다. 언어만이 의사소통의 유일한 실체이고, 오로지 말을 함으로써 생각이 떠오른다는 관념에 갇혀있었다. 그들은 언어가 의사소통의 유일한 매체이고, 언어이외의 상호소통 수단은 언어의 2차적인 보조도구로 간주했다며 문자기호의 학제적 연구를 주장했다.¹⁾

일견 문자가 언어의 재현과 구술의 전사 역할을 수행한다고 하는 것은, 문자가 언어 존재를 보조하는 코드로서만 기능한다는 것으로 비칠 수도 있다. 문자가 언어 사용의 흔적을 보여준다는 차원에서 코드의 기능만을 수행하고 있다는 것이다. 물론 관점에 따라 문자가 언어와 파롤(parole)을 표현하는 이차적인 코드 기능으로서의 역할을 수행하는 것처럼 보이지만, 문자는 언어의 형식과 생각의 형식을 구성하는 맥락에서 독립적인 기능을 수행하고 있다. 문자는 어떤 것을 표출하는 기능, 어떤 것을 구성하는 기능, 어떤 것을 생각하게 하는 기능 등을 통합적으로 수행하고 있다. 더 나아가 문자는 사회 계층, 사회 시스템, 사회 현상등을 표현하고 보여주는 상징 기능을 수행하고 있다.

기존 언어학적 관점에서 문자를 언어의 코드 개념으로만 접근하다면, 문자가 사고를 구성하는 인지 틀로 작동하다는 것을 간과하는 것이다. 문자를 언어와 구술의 전사 그리고 코드의 기능으로 한정한다면, 문자에 대한 인식론적 탐색을 제한적으로 바라보고 학제적 접근을 단절하는 편협한 접근이다. 구술시대를 넘어 문자시대 그리고 디지털 시대를 가로지르는 문자는 매체와 기술의 진화에 따라 변형되고 있다. 매체 변화는 문자에 물질성을 부여한다. 예컨대 돌, 나무, 점토, 금속 등에 새긴 비문을 연구하는 비문 연구자들과 가죽, 파피루스, 종이 등의 채색된 사본을 연구하는 고문서 연구자들의 관심도 매체 변화에 따른 문자의 도구이다.

1) Isabelle Klock-Fontanille, Presentation du dossier Ecritures, Actes Semiotiques, n°119, p3, 2016

로제타석의 암호를 풀어 이집트 상형문자를 해독한 장-프랑수아 샹폴리옹이 수집한 문자유물을 중심으로 시작한 프랑스 문자박물관의 콘텐츠 구성도 암각에서 디지털 스크린으로 진화되고 있다. 이러한 연구는 디지털 기술 기반의 영상 스크린 위에서의 문자의 기능을 연구하는 분야로 확장되고 있다. 석기에서 컴퓨터 스크린에 이르기까지 문자는 다양한 매체의 물질성을 부여받으며, 문자의 시각성, 도상성, 상징성 등의 과정 속에서 연속적인 의미작용(semiosis)을 하고 있다.

“문자는 시각적이고 공간적인 기호체계를 의미한다. 좁은 의미에서 문자는 언어를 표기하는 시각적인 체계를 의미한다”²⁾는 토도로프의 주장처럼 문자기호는 시지각적 공간에서 매체의 변화에 따른 의미작용을 수행하는 기호이다. 무엇보다도 중요한 것은 새로운 매체의 등장으로 문자의 기능과 형태가 단절되는 것이 아니라, 연속적으로 이어지는 새로운 문자의 형태변화(morphosis)를 보여주고 있다는 것이다. 문자는 정형화된 표현과 형식에서 벗어나, 매체의 물질성에 부합하는 새로운 형상을 입힘으로써 문자의 모르포시스를 갖게 된다. 디지털 기술 기반의 소셜미디어가 발전함에 따라 문자의 사용과 활용도가 급격하게 달라지고 있다. 문자는 아날로그와 뉴미디어 매체에서 메시지를 전달하고 의미를 생성하는 고유의 문자 기능에 인지적 기능들이 강화되고 있다. 특히 인공지능 시대에 문자기호는 빅데이터의 문자데이터이고 디지털 기술의 콘텐츠 소재로서의 유용성과 범용성을 확장하고 있다.

문자는 온/오프라인의 시지각적 공간에서 언어 존재의 독특한 흔적을 보여주고 있다. 문자는 하나의 기호로서 아날로그와 디지털 흔적을 기록하고 저장하고 배치하는 기능을 끊임없이 수행하고 있다. 시지각적 공간에서 언어활동과 인지적 활동의 상징적 흔적을 남기는 것이 문자의 기능이다. 더 나아가 문자기호는 온/오프라인의 시지각적 공간에서 문화적

2) O.Dcrot et T. Todorv, Dictionnaire encyclopedique des sciencs du langage, Paris, Seuil, 1972, p.249

틀을 구성하는 상징적 형식이다. 다양한 플랫폼의 시지각적 공간에서 독자 혹은 유저의 시선을 유혹하고 소환하는 수용 미학의 상징적 형식이다. 기호학자 움베르토 에코가 루브르 박물관에서 테블릿 PC를 박살내는 퍼포먼스를 보여준 것은 매체기술의 진화에도 수용 미학 차원의 의미 부여는 멈추지 않는다는 것을 함의하고 있다. 에코의 수용미학 차원에서 문화의 상징적 형식을 구성하는 문자기호는 언어와 우리의 사고를 연결하는 매개 역할을 하고 있다. 온/오프라인의 시지각적 공간에서 문자기호는 사색과 생각의 틀을 구조화하고 탈구조화하는 상징화 과정에 참여한다.

21세기 디지털 기술 기반의 이미지 시대에 문자기호학은 기존 언어기호학과는 다른 관점에서 접근해야 한다. 언어학, 언어철학, 인류학 등의 학제적 관점에서 문자기호학의 이론과 방법론을 구축해야한다. 문자는 멀티 공간에서 시각기호 혹은 시각 이미지의 기능적 역할을 끊임없이 수행하고 있다. 즉 다양한 플랫폼의 텍스트 공간에서 독자의 시선을 유혹하고 소환하는 기능을 하고 있다. 그 이유는 문자는 언어와 생각의 중간에서 매개 역할을 하고 있기 때문이다.

문자는 매체의 물질성을 활용하여 언어를 시각적으로 보여주기 위해서 발명된 시지각적 오브제이다. 문자기호는 이미지, 의미, 소통 등을 함축하고 있는 개념으로 문자를 통해 우리가 생각하는 사유와 탐색의 방법을 보여주는 창문 역할을 수행하고 있다. 문자는 매체의 속성에 따라 독자 혹은 유저의 감각, 감성, 인지 영역에서 소구하는 도상과 상징성을 내포하는 것이 문자기호이다. 문자기호에 대한 연구는 문자를 단순하게 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성에만 집중하는 것이 아니라, 인간의 지식을 생성하고 저장하는 인지차원의 접근으로 확장하는 것이 중요하다.

문자는 시각적 요소와 소통적 요소 그리고 인지적 요소 등을 동시에 가지고 있어, 인류학, 언어학, 심리학, 기호학 등의 학제적 연구가 가능

한 주제이다. 문자는 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성과 메시지를 전달하는 소통성 그리고 인간의 사고를 촉발시키고 생각을 교환하는 매개기능이 강한 속성을 갖고 있다. 이러한 문자의 3가지 속성은 인간과 인간, 인간과 기계, 인간과 사물 등의 관계에서 상호작용을 유도하는 함축적 개념으로 인터랙티브 콘텐츠의 활용성과 범용성을 높여 줄 것이다.

특히 한글은 독창적이고 창의적인 문자기호로서, 상호작용을 강하게 요구하는 콘텐츠 소재이다. 인터랙티브 콘텐츠는 경험과 체험을 유도하는 콘텐츠로서, 유저의 감각을 터치하는 기술과 센서, 유저의 지각을 터치하는 그래픽과 인터페이스, 유저의 감성을 터치하는 스토리텔링 등을 기반으로 상호작용을 극대화하는 콘텐츠를 지칭한다. 문자는 매체의 속성에 따라 독자 혹은 유저의 감각, 감성, 인지 영역에서 소구하는 도상과 상징성을 내포하는 문자기호이다. 문자기호에 관한 연구는 문자를 단순히 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성에만 집중하는 것이 아니라, 인간의 지식을 생성하고 저장하는 문자기호의 인지적 기능으로 확장하는 관점에서 학제적 차원의 연구를 활성화하는 것이 중요하다.

II. 문자기호의 도상성과 삶의 형식(Forme de vie)

문자는 인간이 언어를 시각적으로 표상하기 위해서 만든 창조적 기호이다. 문자는 시각적 요소를 중심으로 의미를 기록하고 전달하면서 언어의 존재를 가시적으로 보여주고 있다. 가령 언어의 분절은 소리를 통한 코드의 작동으로 이루어지는 것이다. 표의문자는 의미론 차원에서 작동하고 있다. 그리고 인간이 사고하고 탐색하는 모든 것을 시지각적으로 보여주기 위해서 창조된 것이 문자기호이다.

언어가 소리를 모방해서 발달했듯이, 문자는 실제 존재하는 사물의 도상적 모티브를 중심으로 발달했다. 원시문자가 그림의 특징을 가지고 있

고, 수메르, 이집트, 중국 등의 문자 체계가 그림문자를 기원하고 있다. 또한 카메룬 서쪽의 바뭄 왕족의 이브라엠 노냐 왕은 40년 동안 460개의 그림문자를 토대로 400개의 음절기호를 만들고, 73개의 고유 문자를 창제하여 바뭄 왕족의 역사와 문화를 기록하였다. 초기 문자가 실제 존재하는 사물의 특징인 도상적 모티브를 기반으로 문자 체계가 만들었다는 것을 알 수 있다. 이집트 문자는 기호가 이미지 기능을 함축하고 있음을 잘 보여주고 있다. 그림글자(pictogram, pictograph)는 텍스트의 기능이 작동하지 않고 있지만, 주어진 맥락에 따른 행동을 중심으로 감각적인 정보를 제공하고 있다. 그림문자는 시각기호를 매개로 감각적 메시지를 전달하는 기능을 수행한다. 예컨대 한국의 <문자도>는 이미지와 문자기호의 상호작용을 가장 잘 보여주는 기호학적 텍스트이다. 문자기호와 이미지의 상호작용을 기반으로 스토리를 이야기하는 독특한 형식의 콘텐츠이다.

문자 연구를 선도한 크리스틴(Anne Marie Christine) 교수는 문자기호는 그 어떤 것을 재현하고 묘사하는 이미지의 기능이 있다고 봤다. 문자기호학 차원에서 문자의 시각성 개념이 무엇보다도 중요하다. 문자를 더 이상 언어의 형식으로 규정할 수 없다. 문자는 이미지와 언어의 중간 매개 역할 즉, 하이브리드 기능을 수행하고 있다. 디지털 영상시대에 더욱더 문자의 시각성이 부각되고 있다. 문자의 시각성 개념에는 문자와 이미지 사이의 관계만을 지칭하지는 않으며, 문자와 언어 사이의 관계도 포함하고 있다.

문자기호의 내재적 도상성은 문자 고유의 가시적 속성을 의미하는 것이다. 문자의 내재적 도상성이 작동하기 때문에 다양한 언어가 구분되고, 동일한 언어권에 있는 사회구성원들에게 언어의 시각적 안정감을 주는 것이다. 가령 아랍어를 처음 접한 사람의 경우에 단어가 의미하는 것보다는 언어의 도상과 조형성에서 낯설음을 지각할 것이다. 아랍어를 처음 접한 사람에게는 아랍어의 내재적 도상성이 작동하지 않아 당혹해하고

불안감을 가질 것이다. 반면에 우리가 한자 문화권의 나라를 여행하는 중에 한자의 의미파악보다는, 즉각적인 심리적 안정감을 느끼는 경험도 문자기호의 내재적 도상성이 작동하기 때문일 것이다.

문자기호의 내재적 도상성에는 문자의 이미지 요소뿐만 아니라, 공간적 요소가 작동하고 있다는 것이다. 문자의 시각성이 언어를 하나의 가시적인 상징기호로 규정하고, 또한 문자의 가시적 시각성이 문자의 소통성을 함축하고 있다. 문자의 가시적 시각성은 문자기호학적 개념으로 내재적 도상성으로 규정할 수 있다. 내재적 도상성은 문자의 시각성이 단순하게 이미지와 문자의 관계를 지칭하는 것이 아니라, 언어와 문자의 관계를 설명하는 개념이다. 모든 문자는 문자를 기록하는 물질적 흔적인 면의 시각적 속성을 가지고 있고, 면에서 보이는 문자의 그래픽 요소들은 문자의 도상성을 구성한다.

도상성에는 3가지 키워드가 작동하고 있다. 모방성, 유사성, 재현성이 그것이다. 도상기호는 현실세계의 지지대상을 갖고 있는데, 모방성과 유사성을 중심으로 작동한다는 것이다. 예컨대 유사성은 대치 구조에서 이루어진다. 즉 A는 B와 유사하다. 그리고 B는 A와 유사하다. 하지만 재현성은 상징차원에서 비대칭 차원에서 이루어진다. A가 B를 재현한다고 해서, B가 반드시 A를 재현하는 것은 아니다. 하지만 문자는 자의성의 조건으로 언어와 구술을 재현하는 특징을 가지고 있다. 우리는 문자기호의 도상성을 경험하고 체험하는 것이다. 주어진 공간에서 문자기호의 도상성은 다른 기호들과 식별이 가능하고, 문자기호 고유의 공간성을 가지고 있다.

문자의 내재적 도상성은 언어와 이미지의 기능에서는 볼 수 없는, 문자 고유의 독특한 속성으로 새로운 정보와 지식을 탐색할 수 있는 영역을 연결하는 인식론적이고 심리적인 개념이다. 예컨대, 웹사이트의 문자기호는 도상성의 도구 기능을 수행하고 있다. 문자기호는 유저에게 어떠한 정보와 지식을 탐색하라고 조종(manipulation)하는 도구이다. 문자기

호의 도상성이 작동하여, 우리는 문자기호를 다른 기호와 구분하고, 주어진 공간에서 다른 공간으로 이동하면서 새로운 정보를 획득하게 된다. 컴퓨터 프로그래머는 디지털 스크린이라는 디지털 공간 속에서 가독이 가능한 문자를 배치하는 알고리즘 구조를 구성하기 때문이다. 문자기호의 터치는 또 다른 정보 영역으로 연결시키는 과정이다. 문자기호는 단순하게 어떠한 것을 재현하는 것이 아니라, 그 어떠한 것을 생산하는 기능을 수행하는 창조적 도구인 것이다.

언어학과 언어철학적 관점에서 문자의 시각성과 도상성의 기능은 중요한 요소가 아니었다. 언어적 다양성을 주장하고, 언어표현들이 언어게임을 통해 의미를 갖는다고 주장한 비트겐슈타인의 관점에는 문자의 기능과 역할이 배제되어 있다. 예컨대 언어게임의 구체적인 사례로 길 안내하기는 좋은 사례이다. 낯선 도시에 와서 길을 묻는 외지인에게 우리는 제스처를 사용하면서 길과 건물 등의 묘사를 통해서 정보를 준다. 비트겐슈타인은 언어표현들이 언어게임의 맥락에서만 의미를 가진다는 논리적 사실을 알려주고 있다. 즉 언어게임은 우리에게 주어진 혹은 설정된 맥락 속에서 언어표현들이 ‘삶의 형식’의 요소로서 의미를 갖는다는 것이다.

하지만 오늘날은 언어와 제스처 보다는 문자기호와 이미지를 통해서 길을 안내하는 맥락이 빈번하게 주어진다. 스마트 폰의 문자와 도로 표지판에 표기된 문자를 기반으로 길을 찾고 정보를 교환하고 있다. 결국 각기 다른 문화권에서 언어놀이를 통해 서로 다른 언어의 의미를 해석하고 이해한다는 비트겐슈타인의 언어게임에는 문자의 내재적 도상성에 관한 경험은 존재하지 않는다. 가령 이미지로 소통하고 사고하는 영상세대들에게 문자를 상실하는 경험을 체험하게 한다면, 언어보다도 기호, 부호, 이미지 등이 얼마나 중요하지 이해하는 계기가 될 것은 자명한 사실이다.

비트겐슈타인의 ‘삶의 형식’과 그레마스의 ‘삶의 의미’에서 개념을 차

용한 폰타닐은 ‘삶의 형식(une forme de vie)’을 중심으로 감각, 몸, 인지의 기호학적 의미작용을 설명하고 있다. 삶의 형식은 기호학적 대상인 기호, 텍스트, 사물, 이미지, 문자 등의 경험과 체험을 통하여 우리 각자의 삶의 형식이 완성된다고 주장한다. 그는 플로슈가 지하철을 이용하는 사용자의 행로를 4가지로 유형화한 기호사각형에 문자기호를 접목하여 삶의 형식을 설명한다. 지하철을 이용하는 사람들은 물리적 혹은 가상공간에 배치된 시각기호, 텍스트, 오브제, 문자기호 등에 의미를 부여하는 의미작용을 하면서 시지각적 공간을 이동한다. 삶의 형식은 개인의 기호학적 경험을 의미한다. 일상생활 속에서 우리는 기호학적 경험을 하면서 삶의 의미를 만들어간다. 일상 속에서 접하는 시각기호, 이미지, 텍스트, 오브제, 문자기호와의 상호작용을 통하여 형성된 의미가 우리의 삶과 몸 그리고 감각에 축적되고 기억되면서 각각의 삶의 형식을 만들어가는 것이다.³⁾

Ⅲ. 문자기호의 인지적 기능

<텍스트의 즐거움, 1973>에서 바르트는 저자의 사라짐, 독자의 탄생을 이야기하면서 작품이 닫힌 창조물이 아니라 그 이전 문화가 남겨놓은 것을 구성한 것으로 작가가 아닌 관점에서 필사자(scripteur)라는 용어를 제안했다. 작품이 안정된 의미를 생산하고 소비하라고 강요한다면, 텍스트는 무한한 기표들의 짜임으로 구성된 것으로 텍스트를 읽을 때 마다 새로운 의미가 생성된다는 것이다. 텍스트는 즐거움을 생산해야 하며, 텍스트는 독자가 원하는 것을 문자로 쓰는 것이고, 그래서 문자는 언어를 향유하게 하는 일종의 학문이다. 텍스트의 즐거움은 이념과 지적 연대감을 구축하는 언어, 어휘, 형식, 규칙 등을 해체하는 입구에서 만들어

3) Jacques Fontanille, *Formes de vie : des jeux de langage a la phenomenologie des cultures*, International Studies in Phenomenology and Philosophy, Vol. 3, 2015, p.23-24

진다고 바르트는 주장하고 있다.⁴⁾

바르트 기호학의 핵심 개념 중에 하나는 의미작용(semiosis)의 유연성이다. 고정되고 닫힌 의미가 아니라, 유연하게 열려있는 의미의 다양성을 추구하는 것이다. 그는 언어학자와 수사학자들이 통사론을 기반으로 문자의 배치와 사용이 고정되어 있다는 관점을 갖고 있다며, 문자의 의미작용을 중심으로 열린 의미의 다양성을 주장하였다. 바르트가 주장하는 열린 의미의 다양성은 고정된 텍스트를 파괴하는 것이다. 텍스트는 하나의 고정된 코드에 의해 창작되는 것이 아니기 때문이다. 작가나 창작자의 의도성이 개입된 하나의 코드가 작동하는 고정된 텍스트가 아니라, 열린 텍스트가 요구하는 해석의 다양성에 접근하는 것이다.

문자기호학적 관점에서 문자의 물리적 속성이 닫힌 텍스트를 만들고 혹은 열린 텍스트로서의 공간을 열어 준다는 것이다. 열린 텍스트로서의 가능성은 문자기호가 시지각적 공간을 열고, 문자의 물리적 속성으로 해석 형식의 다양성을 조성하고 해석의 다양성을 갖고 온다. 문자기호의 속성과 기능에는 새로운 공간을 연결시키는 것이며, 그 공간에서 다양한 의미가 생성된다. 문자기호론을 주장한 로이 해리스(Roy Harris)는 문자기호는 공간성과 연관성이 있으며, 소통과 의미를 생성하는 시지각적 공간을 생성하는 기능을 수행하고 있음을 설명하고 있다.⁵⁾ 예컨대 문자기호의 물리적 속성은 매체 공간의 변화를 의미하면, 다양한 매체에 배치된 문자기호는 다양한 해석을 확산하고 있다. 디지털 기술 기반의 미디어 테이블, 미디어 파사드, 디지털 사이니지 등의 스크린에 등장하는 문자기호는 사람들의 역동적인 상호작용을 유도하면서 다양한 의미 생산의 기능을 수행하고 있다.

문자기호는 인간의 사고를 매개하는 기능을 수행하고 있다. 인간의 생각을 전달하고 표현하는 것이 문자의 기능이다. 문자는 우리의 사고를

4) Roland Barthes, *Le plaisir du texte*, éd. du Seuil, 1973, Paris, p.13-14

5) Roy Harris, *Semiologie de l'écriture*, Paris, CNRS edition, 1993

전달하는 소통의 틀이다. 문자는 인간의 사고를 교환하게 만드는 기능을 수행하고 있다. 문자의 매개 기능으로 매체와 테크놀로지를 중개해주는 상호작용의 도구로서 개입한다. 문자는 단순하게 면대면의 소통만을 추구하지는 않는다. 다양한 매체에서 문자는 해석, 재해석, 재창조되는 상징기호의 상호작용을 보여주고 있다. 바르트는 문자의 중요성을 어필하기 위해서 “우리는 우리의 생각을 직접적으로 전달할 수는 없다. 문자 즉 텍스트를 기반으로 작가와 독자의 생각을 교환하지만, 텍스트는 작가와 독자 그 누구의 것도 아니다”라고 언급하였다.⁶⁾

문자기호는 2가지 속성을 내포하고 있다. 첫째 문자기호는 ‘물질적 기표’이다. 물질적 기표는 문자의 시각성과 도상성을 이야기하는 것이다. 물질적 오브제로서의 문자이다. 매체의 아날로그 혹은 디지털의 물리적 속성을 기반으로 문자는 자신의 시각성, 도상성, 상징성 등을 자신 있게 노출시키고 있다. 문자는 자신을 표현하고 재현하는 매체의 속성에 따라 물질적 기표의 속성을 갖게 된다. 가령 시각디자인 분야에서는 물질적 기표의 시각적 미학에 관심을 갖고 문자의 서체나 이미지 연구 등을 집중하였다. 두 번째는 문자의 인지적 기능이다. 문자는 사고의 틀로서 작동하고 있다. 문자가 사람들의 사고를 어떻게 촉발시키고, 생각하게 만드는지 접근하는 것이다. 문자가 상징기호로서 사회구성원들에게 의미를 생성하고 전달하는 일종의 소통적 코드이기 때문이다. 문자기호는 인간이 생성하는 지식과 정보를 저장하고 분산·재배치하는 인지적 기능을 수행하는 문자데이터이다. 특히 문자의 시각, 도상, 상징 등의 속성은 인공지능 시대에 사람들의 사고를 유도하는 동기를 제공하고, 더 나아가 문자가 사람들이 기억과 인지를 조종하고 제어하는 기능을 할 것이다. 예컨대 광고콘텐츠와 인공지능의 결합으로 등장하고 있는 맞춤형 광고는 사람들의 기억과 생각을 읽어내는 프로그램을 활용하여 사람들에게 소구하는 차세대 광고콘텐츠이다. 사람들의 마음속에 자리 잡고 있는 문

6) Roland Barthes, *Le plaisir du texte*, éd. du Seuil, 1973, Paris

자데이터를 추출하고 분석하여 취향과 선호도를 충족시키는 광고콘텐츠를 제공하는 것이다.

디지털기술의 발전에 따라 문자와 매체의 관계 설정이 필요한 시점이다. 문자의 물질성에서 책과 스크린에 배치된 문자의 기능과 힘은 다르다. 더 나아가 책의 형식과 온라인 매체의 형식은 다르다. 문자기호의 상징적 형식이 구성하는 구조와 체계가 사람들의 해석과 인지과정을 조정하거나 개입하기 때문이다. 책을 대하는 우리의 마음가짐과 온라인 매체의 문자를 대하는 우리의 지각인지 과정은 전혀 다르다. 매체의 형식과 체계를 이해하는 것은 문자의 기능을 이해하는 선조건이 된다. 문자를 하나의 소통적 코드로서 바라보는 것이 아니라 다양한 매체를 통한 문자기호의 인지적 기능에 대한 접근이 필요하다. 하나의 소통적 코드로 접근한다면 디지털 기술 기반의 다양한 매체의 문자 기능을 설명하기에는 한계가 있기 때문이다. 오늘날의 다양한 매체의 형식이 문자의 기능성을 강화하거나 축소시키는 경향을 보이고 있다.

음성중심주의를 비판한 데리다는 언어적 의미를 구술 표현에 기초하여 이해한다는 파롤과 반대되는 논리를 전개했다. 문자를 물질적 기표로 규정한다면 문자를 오브제로 간주하는 것도 가능하지 않을까. 데리다는 의미의 생산과 의미의 교환은 작가의 의도에서 벗어난 절대적인 독립을 의미하는 것으로 주장했으며, 작가의 의도성에 고정되고 닫힌 전달하는 문자가 아니라, 의미작용의 조건에서 다양한 의미를 생성하는 흔적의 문자기호를 철학적 관점에서 바라보았다. 더 나아가 데리다의 해체주의도 고정된 의미, 이미 전제된 의미에서 벗어나, 텍스트의 다양한 맥락과 해석의 모티브를 허용하면서 의미의 다양성을 추구하자는 것이다.⁷⁾ 데리다는 문자의 흔적에 애착을 보여주고 있다. 그는 원문자(l'archi-écriture)나 문자는 말소리에 대한 대립의 뜻으로 사용하였다. 문자는 말소리가 시간적으로 금방 지나가고 말소리는 음향위주의 형태를 불러일으키는데,

6) 게오르크 W. 베르트람, 언어, 의미 그리고 철학, 박이정, 2015, 201-202쪽

말소리는 그 흔적을 지운다. 하지만 문자는 소리와 달라서 그 흔적을 남긴다.⁸⁾

문자기호의 인지적 기능은 반문자주의(anti-scriptist)에 속하는 옹(Walter J. Ong), 하벨록(Havelock), 맥루한(Mcluhan) 등의 주장과 연관성이 있다. 이들의 주된 논지는 문자기호가 말을 기록하고 재현하는 시각화된 말이 아니라, 우리의 사고를 재구성하는 인지적 기능을 수행한다는 것이다. 문자이전의 언어의 세계는 소리의 세계이고, 문자의 등장으로 시각적인 의사소통이 가능해졌고, 뉴미디어의 등장으로 문자의 인지적 기능이 가속화되고 있다는 것이다. ⁹⁾ 문자기호는 모든 기호 체계와 밀접한 상관성을 유지하고 있다. 그 이유는 문자가 모든 기호의 지각력과 코드화 사이에서 작동하고 있다. 가령 디지털 기술 기반의 뉴미디어 시대에는 문자가 아이콘으로 변형되어 문자의 기능을 확장하고 있다. SNS에서 사용되는 이모티콘은 문자와 이미지 기반의 새로운 문자기호를 만들어가는 과정이라고 생각한다. 온라인상의 문자기호는 공간 체계와 코드에 조종당하고 닫혀있는 기호가 아니라, 새로운 매체 공간에서 새로운 방법으로 소통이 가능하도록 변형되는 매체와 함께 변형되는 기호이다. 구체적으로 문자기호의 인지적 기능은 온/오프라인의 시지각적 공간에서 우리의 몸과 감각을 매개로 상호작용을 유도하면서 생각의 영역을 확장시키고 있다.

이러한 관점에서 문자기호가 우리의 생각과 사고과정에서 어떠한 기능을 수행하는지 인지적 차원에서 접근하는 것이 필요하다. 인지차원에서 문자는 언어와 사고의 구성과정을 설명하고 보여주는 모티브이다. 문자는 인간의 사고를 논리적으로 구성하게 만드는 기능뿐만 아니라, 사고를 촉발시키고 유도하는 기능을 수행하고 있다. 문자의 시각성과 소통성을 중심으로 문자는 우리의 사고를 유도하고 생각하게 만드는 인지적 장

8) 김형효, 원효, 레비-스토로스 그리고 데리다, 기호학연구 24집, 15쪽, 2008.

9) 로이 해리스 지음, 윤주옥 옮김, 문자를 다시생각하다, 연세대 출판부, 258쪽, 2010.

치이다. 이것이 문자의 사고 모티브 기능이다. 문자의 사고 모티브 기능은 인간과 동물 그리고 기계와 구분하는 변별성으로 인간만이 구사하고 있는 상징성과 상상력의 세계에 입문하게 한다. 또한 우리의 일상 속에 이루어지는 미학적 활동과 새로운 콘텐츠를 끊임없이 상상하고 생성하는 창작 활동을 촉진하고 유도하는 것이 문자의 사고 모티브 기능이다. 문자 기호는 언어의 소리를 그래픽, 문자, 깃털, 붓, 자판기 등으로 시각화 하면서, 의식과 무의식의 인지적 기능을 증폭시키는 역할을 하고 있다.

IV. 문자기호의 확장성

인문과학의 궁극적 목적은 다양한 사회문화적 현상을 분석하고 해석하는 의미과정에 관한 이론과 방법론을 구축하는 것이다. 사회학, 인류학 모두 해석의 문제에 봉착해서는 기호체계의 문제를 다룰 수밖에 없다. 인류학자는 상징차원에서 기호의 생성과정에 집중하고 기호학자는 생성된 기호의 의미작용에 대한 의미 탐색에 관심을 갖는 것이다. 인류학은 사람들이 만들어내는 기표들의 접근을 통해서 기호의 생성과정에 도달하는 것이고, 기호학은 사람들의 협약과 코드를 기반으로 기호의 의미작용을 접근한다. 사람들의 협약은 문화적 맥락 속의 자의성으로 구성되는 것이다. 즉 소쉬르가 주장한 기호의 자의성의 개념에는 인류학의 접근 방법을 내포하고 있는 메타 개념인 셈이다. 하지만 사회 시스템은 사람들의 자의적인 협약에 의해서만 구축되는 것이 아니다. 모든 사회구성원이 협약의 코드를 공유하지는 않는다. 인터넷 상에서 벌어지고 있는 상호작용이 강한 소통 현상을 탐색해보면, 기호학에서 주장하는 것처럼 우리 사회가 하나의 공통된 코드로 묘사가 가능한 사회가 아니기 때문이다.

사회학은 경험차원에서 다양한 사회 구성원들 간의 관계와 체계를 접근하는 것이고, 문화인류학은 관계와 소통을 상징 차원에서 접근하고, 기호학은 가설을 세우고 의미의 생성과정을 추적하는 것이다. 이러한 관

점에서 문자기호는 사회 시스템의 형식을 고정해주는 역할을 한다고 할 수 있다. 하지만 형식이 인류학의 연구 주제는 아니다. 인류학에서 형식은 인간이 창조하는 모든 것들을 이해하는 매개 역할을 수행할 뿐이고, 인류학자는 창조물들의 사용과 활용성 등에 관심을 갖는 것이고, 기호학은 기호체계에 대한 가설을 통하여 해석과 의미의 탐색에 도달하는 것이다.

인터넷 매체의 문자기호는 복잡하면서, 투명한 오브제이다. 문자는 일종의 기표로서 다가온다. 누구나, 어디서든 다양한 스크린에서 접촉이 가능한 문자기호이다. 스크린의 문자는 복잡한 양상을 보인다. 예컨대 신문에서 읽는 뉴스 기사와 스마트 폰에서 검색한 뉴스는 다른 차원의 해석에 영향을 미친다. 스마트 폰은 온라인 공간이고, 뉴스를 검색하는 순간의 시간도 문자의 해석에 커다란 영향을 미치기 때문이다. 하이퍼텍스트 차원에서의 접근이 아니라, 매체의 형식에 따른 문자 형식을 기반으로 해석에 대한 접근이 필요하다. 인터넷 문자를 구성하는 시각적 물질성에 따른 접근해야한다. 인터넷 문자의 기능은 단순하게 어떠한 것을 재현하는 것에 머물지 않고, 어떠한 것을 연결하고 새로운 것을 생산하는 기능을 수행하고 있다.

문자기호의 형태 변형인 모르포시스는 기술과 기호학의 융합차원에서 접근이 필요하다. 다양한 멀티 스크린상의 문자기호는 물리적 속성과 기술적 속성에 따라 작동되기 때문이다. 온라인과 모바일에서의 문자기호가 만드는 텍스트의 속성에 대한 비교분석이 필요하다. 인터넷 상에서 자동기술 방식으로 문자기호가 배치되고 있다. 가령 Google의 구글두들에서 이미지와 문자기호는 상징성을 활용한 프로파간다의 엔진 역할을 수행하고 있다. 세계 각국의 기념일이나 행사, 업적, 인물 등을 기리기 위해 Google 홈페이지에 있는 Google 로고를 일시적으로 특별히 바꿔놓은 로고는 이미지와 문자기호로 구성되어 있다. 이것은 Google의 검색창구인 구글두들이 상징적인 프로파간다의 엔진이라는 것을 보여주고 있다. Google은 이미지와 문자기호의 상호작용을 중심으로 전략적으로

프로그램화된 메시지를 전달하고, 행동하도록 순간적으로 강요하고 있다. 직관적으로 Google은 자유도가 높은 공간처럼 보이지만 어느 순간에 이 이미지와 문자기호의 힘에 조종하는 상징체계로 끊임없이 초대하고 있다.

온라인과 모바일 공간에서의 문자기호의 조종 기능은 하나의 문화적 형식으로 자리잡아가고 있다. 온라인 공간의 아키텍처와 알고리즘 구조를 설계하는 컴퓨터 프로그래머는 코드 체계에 의해서 문자기호를 배치하는 역할을 수행하고 있다. 하지만 문자기호는 다양한 매체의 다양한 스크린에서 또 다른 코드 체계에 의해서 배치된다. 문자 형식의 프로파간다는 상호텍스트성과 하이퍼텍스트 기능으로 전개되는 것이다. 문자가 생성한 중첩된 텍스트의 구성이 온라인과 모바일 공간에서 이루어지고 있다. 컴퓨터 프로그래머가 어떻게 문자기반의 텍스트 생성을 하고 있는지, 이런 텍스트가 다른 텍스트와의 관계 설정은 어떻게 하고 있는지 상호텍스트성과 하이퍼텍스트성의 기능이다.

우리는 문학세계의 텍스트는 닫힌 텍스트이고 하이퍼텍스트는 열린 텍스트라는 이분법적 관점에서 바라보고 있다. 묘사, 기술, 시점, 관점 등의 이분법적 접근이 닫힌 텍스트이고 열린 텍스트의 속성은 선형성, 비선형성 등으로 규정하고 있다. 하지만 이러한 관점도 수정되어야한다. 인터랙션을 요구하는 AR 기술 등은 닫힌 텍스트를 순간적으로 열린 텍스트로 인도하고 있기 때문이다. 가령 하이퍼텍스트는 유연한 코드체계에 의해 열린 의미작용을 문자기호를 통해 보여주고, 문자기호는 고정된 배치가 아니고 열린 상호작용성을 유도하고 있다. 문자기호의 고정된 배치는 의미론의 확장이 제한적이지만, 문자의 열린 조합으로 구성된 하이퍼텍스트는 무한의 의미를 생성하고 있고, 더 나아가 해체주의적인 관점을 보여주고 있다. 하이퍼텍스트의 연결망이 무한의 의미망으로 인도하는 것이다.

인터넷상의 문자기호가 만드는 텍스트는 지식과 정보를 제공하는 것 뿐만 아니라, 유저의 제스처를 유도하는 기능도 수행하고 있다. 가시적

인 힘과 비가시적인 힘이 존재하는 스크린에서 가시적인 힘은 포털 사이트의 콘텐츠 배치에서 지각하지만, 비가시적인 힘은 보이지 않게 정보 탐색을 유도하는 것이 오늘날 문자기호의 힘이다. 온라인 공간은 문자 스크린이다. 문자 스크린은 다양한 시각기호와 문자기호로 구성되어 있다. 시각기호와 문자기호는 사용자들에게 의미를 생성하고 기억하게 만드는 자극제의 매개 역할을 수행하고 있다. 문자 스크린은 우리에게 의미작용의 인지적 활동을 의식/무의식적으로 수행하도록 감각과 몸으로 다가오고 있다. 이러한 의미작용, 상호작용, 감각, 몸, 삶의 형식 등의 기호학적 개념 등을 기반으로 21세기 문자 스크린의 형식에 관한 학제적 연구가 필요하다.

V. 문자기호와 인터랙티브 콘텐츠

최근 문자기호의 내재적 도상성을 이용한 광고콘텐츠가 증가하고 있다. 특히 옥외광고는 짧은 시간 내 사람들의 이목을 끌어야하므로 문자기호와 이미지의 상호작용을 활용하여 사람들의 주목성을 이끌어내고 있다. 문자기호에 재미요소를 적용하여 젊은 세대에게 어필하는 맞춤형 광고가 등장하고 있다. 예를 들어 버스 노선에 맞춰 지역 명을 활용한 아재개그식 광고를 버스에 설치하여, 서비스 특성상 지역별로 소비자들의 요구가 상이하다는 점에 착안, 특정 스팟(spot) 맞춤형 카피로 광고를 본 소비자들의 관심과 공감을 이끌어내는 것이다. 버스 또는 정류장, 지하철 역 등에서 짧은 시간에 사람들의 감각을 자극하여 메시지를 각인하는 과정에 문자기호가 효과적으로 어필하는 것이다. 자신들이 거주하는 지역 명의 문자기호가 포착되었을 때, 문자의 내재적 도상성을 중심으로 사람들의 지각인지 프로세스는 즉각적으로 작동하여 기억하고, 유행어로 활용되거나 해시태그 등으로 온라인으로 전파되는 구전 효과를 보여주고 있다. 이러한 광고효과의 촉매제 역할을 문자기호가 수행한다.

문자기호의 내재적 도상성과 유희적 요소가 접목하는 광고콘텐츠도 등장하고 있다. 최근 주목 받고 있는 난센스 퀴즈, ㄷ ㄹ 령 개그와 같은 ‘아재 개그’는 문자기호에 유희적 요소를 접목하여 메시지를 소구하는 사례들이다. 문자기호의 시청각적 주목성과 중독성을 강점으로 제품명과 광고가 반복적으로 노출되면서, 자연스럽게 제품명을 각인시키는 효과를 노리는 것이다. 특히 언어 유희의 ‘소리, 말’의 약한 전달력을 문자가 전달하고자 하는 메시지 또는 제품명을 확인, 각인 시켜 전달하는 역할을 함. 이에 소비자들이 호응을 보이자 소비자들의 자발적인 문자 유희를 유도하는 참여형 마케팅 이벤트도 등장하고 있다.

가령 ‘쓱(SSG)’ 문자를 이미지화 하여 주목받았던 ‘쓱(SSG)’ 광고의 SSG닷컴은 고객과 함께 후속 광고를 만드는 내용의 ‘Make Your 쓱 CF’ 캠페인을 진행하여 문자기호의 도상성과 인지적 기능의 효용성을 보여 주었다. 고객이 직접 SSG의 초성인 ‘ㅅㅅㄱ’ 로 만들 수 있는 다양한 의미의 단어를 SSG닷컴 홈페이지에 올리면, 이 중 기발하고 창의적인 단어 5개를 선택해 ‘쓱’ 후속 광고 5편을 제작함. 또 빙그레는 바나나 맛 우유 용기에 바나나의 자음을 뺀 ‘ㅏ ㅏ ㅏ맛 우유’만 표기해 소비자들이 직접 초성과 종성을 채울 수 있는 이벤트를 진행하고 있다.

컴퓨터, 모바일 등의 매체를 통해 다양한 정보와 이미지를 접하는 디지털 시대에 소비자들에게 간결하고 명료한 메시지를 효과적으로 전달하기 위해 글꼴 마케팅을 활용하는 사례가 증가하고 있다. 각 기업들은 고유의 글꼴을 개발하여 상품이나 서비스, 광고에 고유의 글꼴을 적용하는 등 일관된 글꼴을 사용하여 기업만의 확고한 아이덴티티를 구축하여 소비자에게 각인시키기 위해 노력하는 도상성 기반의 마케팅 사례가 증가하고 있다. 전용서체를 통해 텍스트, 문자의 의미 전달이 보다 효과적으로 이루어질 수 있으며 글꼴 마케팅을 통해 기업의 정체성을 표현하고 브랜드 이미지를 높이는데 큰 효과가 있다는 것이 다양한 연구와 실험으로 입증되고 있다.

또한 미디어 파사드는 도시 전경에 변화를 주는 디지털 사이니즈의 핵심 장치이다. 미디어 파사드는 광고의 소구장치와 메시지 전달의 변화를 가져온 영상기술이다. 도시브랜딩 차원에서 미디어 파사드는 도시의 이미지를 조성하는 장치로서 적극적으로 활용되고 있다. 물리적인 도시공간에 새로운 디지털 공간을 만드는 미디어 파사드는 도시가 걸어온 흔적을 간직하고 있는 건축물에 디지털 미학을 더하는 작업이다. 유럽에서는 광고보다는 관광차원에서 적극적으로 활용되고 있다. 가령 프랑스 역사를 간직하고 있는 루아르 강가의 상보르(Chambord) 성에서는 프랑수와 1세의 이야기를 보여주는 파사드 스토리텔링을 구현하여 관광객의 발길을 사로잡고 있다. 인상주의 화가 모네의 집을 방문하는 관광객들을 위해 건축물이 아닌, 기차에 미디어 파사드를 투사해 사람들의 눈길을 사로잡는 전략도 구현하고 있다. 또한 경복궁 성벽을 스크린으로 삼아 연출한 ‘궁, 빛으로 태어나다’와 흥례문 용마루에 ‘살아있는 용, 용이 우리에게 남겨준 빛’이라는 주제로 연출한 파사드 등도 같은 모습의 건축물에 새로운 텍스트, 이미지, 동영상을 투사함으로써 디지털 기술을 통한 건축물의 가치를 배가시키는 사례도 있다.

미디어 파사드의 장르를 3가지 유형으로 분류할 수 있다. 객관적 사실을 전달하는 정보형 미디어 파사드와 주관적 메시지 전달하는 미디어 파사드 그리고 메시지가 없는 조명형 미디어 파사드로 구분할 수 있다. 메시지형 미디어 파사드는 객관적 사실이 아닌 것을 모두 포함하며 주로 광고나 미디어 아트 등을 활용한 사례이고, 정보형 미디어 파사드는 날씨, 주식, 뉴스 등에 대한 정보를 전달하는 것이다. 조명형 미디어 파사드는 메시지형과 사실형 미디어 파사드에 모두 속하지 않는 단순 색상 변화나 밝기의 변화 등을 기반으로 사람들의 눈길을 사로잡는 콘텐츠이다.

미디어 파사드에도 문자기호의 내재적 도상성이 무엇보다도 중요하다. 2012년 한글날 행사로 순우리말 프로젝트 영상을 서울스퀘어 미디어캔버스에 매시 10분간 상영하는 행사로 사람들의 흥미를 유발하고 있다.

가령 광복 70년을 기념하는 ‘제 70주년’, ‘광복절’, ‘2015.8.15.’, 시민을 응원하는 문구 ‘사랑해’, ‘고마워’, 반고흐 전시회를 기념하여 ‘VAN GOGH’ 등의 문자기호를 활용하여, 문자의 도상성과 인지적 기능을 활용한 사례이다. 또한 붓을 이용한 한글의 글꼴과 이미지에서 나타나는 한글의 과학적인 미를 표현하는 디지털 미학을 구현하여, 한글의 자긍심과 문자기호의 내재적 도상성과 인지적 기능을 표현한 미디어 파사드가 증가하고 있다.

하지만 가상현실 분야에서는 아직까지 적극적으로 문자기호를 적용하고 있지는 않고 있다. 영상 이미지, 음향과 같이 감각적으로 체험되는 요소들을 활용하여 소통하고 있는 실정이다. VR에서는 문자적 요소는 거의 사용되지 않을 뿐만 아니라, 단순히 기존 텍스트를 비디오 형식으로 변환시키는 것을 넘어 직접적인 지각적 참여를 가져오는 매체 체험을 제공하는 것에 머무르고 있어, 차후에 문자기호를 활용하는 방안에 대한 연구가 필요하다.

VI. 나가는 말

이탈리아 기호학자 파올로 파브리(Paolo Fabbri)는 그의 논문 바벨탑의 찬양¹⁰⁾에서 다양한 문자와 의미에 관한 기호학적 고찰을 시도하였다. 그는 기호를 내용과 표현차원에서 접근한 엘름슬레브의 구조주의 관점에서 문자기호의 유형화, 분류, 관계, 체계 등을 규명하는 기호학적 접근이 가능하다고 바라보았다. 다른 한편으로, 구조주의 접근 방식의 한계를 지적하였다. 오늘날의 문자기호는 디지털 기술 기반의 시공간적 개념을 넘어서는 무한한 개방성과 상호작용을 요구하기 때문에 구조주의적 관점의 효용성에 한계가 있다는 것이다. 실제로 언어를 분류하는 접근법

10) Paolo Fabbri, Eloge de la tour de Babel, communication et langage, n°146, 2005.

은론 문자기호의 체계를 설명할 수 가 없다. 가령 언어학, 의미론, 수사학, 온톨로지 등의 학제적 기반으로 기계 번역, 검색 프로그램 등을 개발하는 연구자들은 문자를 분류하고 조합하는 것에 만족할 것이다.

문자기호의 또 다른 기능은 디지털기술 기반의 사이버 문화의 흔적을 남긴다는 것이다. 음성과 소리를 기호학적 차원에서 접근한 에르망 파레(Hermant Parret)는 이태리 Urbino에서 디지털 문화라는 주제로 열린 세미나에서 기억은 흔적이고, 기억은 문자이고, 기억은 사용의 결과라고 주장했다. 디지털 흔적을 남기는 기호학적 대상 중에 하나는 시각기호이고 다른 하나는 문자기호라는 것이다.

따라서 문자는 시각적 요소와 소통적 요소 그리고 인지적 요소 등을 동시에 가지고 있어, 인류학, 언어학, 심리학, 기호학 등의 학제적 연구가 가능한 주제이다. 문자기호는 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성과 메시지를 전달하는 소통성 그리고 인간의 사고를 촉발시키고 생각을 교환하는 매개기능이 강한 인지적 속성을 갖고 있다. 문자는 매체의 속성에 따라 독자 혹은 유저의 감각, 감성, 인지 영역에서 소구하는 도상과 상징성을 내포하는 문자기호이다. 문자기호에 대한 연구는 문자를 단순하게 언어의 존재를 가시적으로 보여주는 시각성에만 집중하는 것이 아니라, 인간의 지식을 생성하고 저장하는 인지차원의 확장 차원에서의 문자기호의 학제적 연구가 활성화되어야한다.

오늘날 디지털 기술과 인공지능 기술은 우리에게 문자 스크린에 대한 문자기호학적 연구를 요구하고 있다. 문자 스크린은 의식/무의식적으로 기호학적 활동을 수행하도록 우리의 감각, 살, 몸 등으로 다가오고 있다. 이러한 의미작용, 상호작용, 감각, 몸, 삶의 형식 등의 기호학적 개념 등을 기반으로 21세기 문자 스크린의 형식에 관한 학제적 연구가 필요하다.

참고문헌

- 김형효, 「원효, 레비-스토로스 그리고 데리다」, 『기호학연구』 24집, 한국기호학회, 2008.
- 로이 해리스, 『문자를 다시생각하다』, 윤주옥 역, 연세대 출판부, 2010.
- 자크 데리다, 『그라마톨로지』, 김성도 역, 민음사, 2010.
- 자크 데리다, 『그라마톨로지에 대하여』, 김웅권 역, 동문선, 2004.
- 게오르크 W. 베르트람, 『언어, 의미 그리고 철학』, 박이정, 2015.
- Isabelle Klock-Fontanille, Présentation du dossier Ecritures, Actes Sémiotiques, n°119, p3, 2016
- Jacques Fontanille, Formes de vie : des jeux de langage a la phénoménologie des cultures, International Studies in Phenomenology and Philosophy, Vol. 3, 2015
- O.Dcrot et T. Todorv, Dictionnaire encyclopedique des sciences du langage, Paris, Seuil, 1972, p.249
- Paolo Fabbri, Eloge de la tour de Babel, communication et langage, n°146, 2005
- Roland Barthes, Le plaisir du texte, Paris, Seuil, 1973, Paris
- Roland Barthes, Le drgre zero de l'écriture, Paris, Seuil,, 1953
- Roy Harris, Sémiologie de l'écriture, Paris, CNRS édition, 1993
- Saussure.F.de, Cours de linguistique générale, 2nd ed, Payot, 1922

Recherche sur la sémiotique de l'écriture et le contenu interactif

Baik, Seung-Kuk

Notre étude sur l'écriture s'est basée sur l'approche sémiotique. L'étude sur l'écriture de jeux que nous venons de faire montrer l'approche de la sémiotique. L'écriture, en tant que sémiotique graphique, est un déclencheur de transposition intersémiotique, du graphisme vers une ou plusieurs des pratiques du langage.

Nous avons remarqué que la sémiotique de l'écriture a commencé à refuser le concept de Saussure. C'est un dialogue avec une linguistique qui revisite la conception saussurienne. Le signe d'écriture n'est plus considéré comme une forme de la langue, mais comme un hybride de langue et d'image. Le signe d'écriture souligne la relation entre langue et écriture. Il s'agit d'une iconicité intrinsèque à chaque écriture. Les écritures sont des inscriptions matérielles et perceptibles. Le signe d'écriture est un caractère spatial qui nous entoure dans la semiosis.

Le signe d'écriture a une fonction de la cognition dans une forme de vie. On peut dire que le signe d'écriture conçoit un moyen de communication et attire l'attention l'importance des fonctions cognitives. La valeur cognitive de signe d'écriture renvoie à la constitution de notre esprit et de la forme de vie. Ceci nous a permis de reconnaître l'utilisation dans le domaine de la publicité et de digital signage.

Key word : sémiotique de l'écriture, iconicité intrinsèque, écriture de signe, fonctions cognitives, forme de vie

투고일 : 2016. 11. 25. / 심사일 : 2016. 11. 27. / 심사완료일 : 2016. 12. 10.