

문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠의 양상과 가치 연구

－ 스마트 모바일을 중심으로

권지혁*

【 차 례 】

- I. 들어가는 글
- II. 한글 콘텐츠의 소재로서 문자
- III. 문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠의 양상
- IV. 스마트 모바일에 나타난 한글 콘텐츠의 가치
- V. 나가는 말 : ‘한글’ 콘텐츠, 한글 ‘콘텐츠’에서 ‘한글 콘텐츠’로

국문초록

본 논문은 스마트 모바일을 중심으로 문자를 소재로 활용한 한글 콘텐츠의 양상을 살펴보고 이를 토대로 한글 콘텐츠의 가치를 논의하는데 목적이 있다. 이를 위해 본 논문은 이론적 차원에서 한글 콘텐츠의 소재로서 문자, 문자의 형상성, 문자의 기능을 논의하였다. 그리고 스마트 모바일에서 한글 콘텐츠의 양상과 가치를 살펴보았다. 연구 결과는 다음과 같다. 모바일을 기반으로 하는 한글 콘텐츠는 교육성, 유희성, 실용성, 예술성을 지향하고 있었다. 교육성과 실용성을 지향하는 한글 콘텐츠들은 인지적 측면을 강조하고 있으며, 유희성과 예술성을 지향하는 한글 콘텐츠들은 감각적 측면과 인지적 측면을 동시에 강조하고 있었다. 또한 교육성과 실용성을 강조하는 한글 콘텐츠들은 경제적 가치를 추구하고 있었으며, 유희성과 예술성을 지향하는 한글 콘텐츠들은 공익적 가치를 추구하고 있었다. 이러한 연구결과를 토대로, 본 논문은 ‘한글’ 콘텐츠 혹은 한글 ‘콘텐츠’가 아닌 ‘한글 콘텐츠’를 제시하였다.

열쇠어 : 한글 콘텐츠, 문자, 문자의 형상성, 스마트 모바일

* 인하대학교 문화콘텐츠학과

I. 들어가는 글

로이 해리스는 문자를 가능케 하는 것을 이해하는 것과 문자를 활용해 가능해지는 것을 이해하는 것을¹⁾ 구분한다. 전자가 문자의 본질에 대한 논의라면, 후자는 문자를 활용하는 다양한 콘텐츠들에 대한 응용차원의 논의라고 할 수 있다. 본고는 응용적인 관점에서 문자가 스마트 모바일에서 어떻게 활용되어지는지를 논의하고자 한다.

문자는 다양한 분야에서 활용된다. 상점의 간판, 한글 마케팅, 패션, 한글 교육, 도로의 이정표, 표지, 공공 디자인에 이르기까지 다양한 목적으로 문자가 활용되고 있다. 이처럼 아날로그적인 형식으로 문자가 활용되는 것 이외에도 디지털 콘텐츠의 형식으로 문자가 활용되기도 한다. 디지털 미디어의 발전에 의해 문자가 다양한 매체에 재매개가 이루어짐에 따라 디지털 콘텐츠에 활용되는 사례가 증가하고 있다.

최근 들어 문자가 가장 활발하게 활용되는 분야 중의 하나가 스마트 모바일이다. 그 이유는 스마트 모바일의 매체 특성과 이에 최적화된 어플리케이션과 무관해 보이지 않는다. 손안의 pc라 불리는 스마트 모바일은 ICT 기술, 데이터 압축 및 전송 기술, 위치기반기술, AR 기술 등이 융합되면서 다양한 콘텐츠들이 구현되는 복합미디어로서의 기능을 수행하고 있다. 그 결과, 단일 매체를 통해서만 경험할 수 있었던 콘텐츠들이 스마트 모바일로 집약되어 사용자들의 모바일 미디어 경험이 증가하고 있다. 또한 스마트 모바일의 어플리케이션은 기존의 디지털 콘텐츠와 비교하여 비동시성(Asynchrony)으로 인한 시간적·공간적 제약 극복, 휴대성, 개인화 등의 장점을 지니고 있다.²⁾

이러한 흐름 속에서 스낵컬처라는 모바일의 신조어도 출현하였고, 간단히 즐길 수 있는 시간 때우기 형식의 모바일 콘텐츠의 제작이 늘어나

1) 로이 해리스, 『문자의 기호들』, 김남시 역, 연세대학교출판부, 2013, 3쪽.

2) 이상호·김선진, 『디지털 미디어 스마트 혁명』, 미래를 소유한 사람들, 2011, 415쪽.

고 있다. 반면 특수한 목적을 지닌 콘텐츠의 제작도 스마트 모바일 안에서 활발하게 이루어지고 있다. 힐링 콘텐츠, 웰니스 콘텐츠, 인지력 향상 콘텐츠, 교육용 콘텐츠 등 기능성 목적을 지닌 콘텐츠들이 스마트 모바일 안에서 구현되고 있다. 주로 오프라인 상에서 사용되던 콘텐츠들이 스마트 모바일에 탑재가 가능해지면서 다양한 소재들이 스마트 모바일의 콘텐츠와 융합되어가고 있다. 이 중 문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠는 다른 매체에 비해 스마트 모바일의 의존도가 크며, 본고는 바로 이점에 주목을 하고자 한다.

스마트 모바일 내에서 문자의 활용이 증가하면서 이와 관련된 연구들도 상당수 진행되고 있다. 대부분의 연구들은 주로 공학 분야³⁾나 디자인·사회과학 분야⁴⁾로 편중되어 있다. 기존의 연구들은 모바일 커뮤니케이션 과정에서 활용되는 이모티콘의 디자인과 소통방식 그리고 한글 입력 시스템, 입력 방식 등의 한글 입력체계를 주로 논의하고 있다. 하지만 문자를 활용한 한글 콘텐츠에 대한 논의가 부재하다. 이러한 맥락에서 본 논문은 한글 콘텐츠라는 장르가 산업적으로 합의된 것은 아니지만, 스마트 모바일에서 문자를 활용한 콘텐츠들이 지속적으로 출시된다는 점에서 한글 콘텐츠의 가능성을 찾아보고자 한다.

국내에서 한글 콘텐츠는 ‘문자 그 자체’를 지칭하는 경우가 대부분이다. 이럴 경우, 한글 콘텐츠는 타이포그래피, 캘리그래피 등 문자의 형상

-
- 3) 김호식·전재웅·최운철, 「터치스크린 기반 스마트폰에서의 한글입력 기법」, 『한국컴퓨터종합학술대회논문집』, 제43집, 한국정보과학회, 2011.; 박찬용, 「한글의 세계화 ; 스마트 폰 표준문자 배열을 활용한 한글의 세계화」, 『2010표준한국어 정보처리 국제학술회의』, 제43집, 한국어정보학회, 2010.; 한국정보과학회, 2011.; 최재영·임상글·양우철, 「인간 컴퓨터 상호작용 ; 스마트폰에서 끌기 기능을 이용한 효과적인 한글 문자 자판」, 『정보처리학회논문지』, 제43집, 한국정보처리학회, 2013. 등
 - 4) 김영국, 「타이포그래피 미디어(이모티콘)의 소통과 공공성」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 제11권 제6호, 한국콘텐츠학회, 2011.; 장익준, 「모바일 이모티콘의 감정 분류와 디자인 요소에 관한 연구 ; 모바일 메신저 라인의 캐릭터를 중심으로」, 『디자인융복합연구』, 14권 3호 통권 25호, 디자인융복합학회, 2015.; 이견실·윤정원, 「회로에탁 이모티콘의 의미생성 가능성 탐색 ; 모바일 메신저 이모티콘을 중심으로」, 『일러스트레이션포럼』, vol.41, 한국일러스트레이션학회, 2014. 등

으로 한정된다. 하지만 본 논문에서는 한글이라는 문자를 소재로 활용하는 콘텐츠로 그 범위를 확대하여 살펴보고자 한다. 또한 기존의 한글 콘텐츠를 바라보는 관점에서 더 나아가서 문자를 활용한 한글 콘텐츠에 대한 논의를 하고자 한다. 이러한 문제의식 속에서 본고는 스마트 모바일 내에서 한글 콘텐츠의 유형을 살펴보고 그 가치가 무엇인지를 논의하는데 목적이 있다. 그리고 이를 통해서 스마트 모바일 기반의 한글 콘텐츠의 가능성을 탐색해보고자 한다.

II. 한글 콘텐츠의 소재로서 문자

한글 콘텐츠는 문화적 소재로서 ‘문자’가 구체적으로 가공되어 ‘스마트 모바일’이라는 미디어에 체화된 결과물을 의미한다.⁵⁾ 그렇다면 한글 콘텐츠는 문자의 ‘무엇을’ 매체에 ‘어떻게’ 체화시키느냐가 중요해질 것이다. 문자에 내재된 언어적 의미를 매체의 특성에 맞춰 어떻게 구체화시킬 것인가 그리고 사용자에게 무엇을 제공하기 위해 어떠한 방식으로 문자를 활용할 것인가를 염두에 두어야 한다.

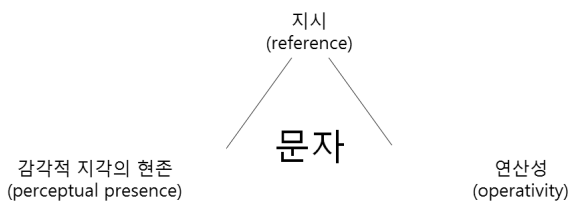
문자가 스마트 모바일에 체화되면서 여러 가지 변화를 수반하게 된다. 그 중 가장 큰 변화는 문자가 0과 1의 디지털 형태로 변화되어 연속적이며 선형적인 문자에서 이산적이고 단속적인 형태로 디지털 이미지화된다. 이러한 디지털화된 문자의 변형은 “재목적화”할 수 있는 가능성을 열어준다. 이는 문자의 본질적인 소통의 기능을 넘어 다양한 형태로 활용될 수 있음을 의미한다. 즉 문자의 재목적화는 이를 어떻게 활용할 것인가와 연관성을 지니고 있다. 문자의 변형 속에서, 디지털화(디지털 문자)는 고유한 형상과 의미들이 상실하게 된다는⁶⁾ 우려도 있다. 하지만

5) 태지호, 「문화콘텐츠에 재현된 집단 기억의 문화기호학적 의미 연구」, 『기호학 연구』, 제43집, 한국기호학회, 2015, 95쪽, 재해석

6) 강진숙, 「탈문자시대의 미디어 문화와 이용자에 관한 이론적 연구: 포스터, 플루서, 비

문자의 형상변화는 디지털화로 인한 결과이긴 하지만 문자 그 자체가 지닌 의미를 상실하지는 않는다. 이에 대해 로이 해리스는 문자의 형상성과, 공간적 배열의 질서를 통해 생겨나는 “의미화”에 주목하면서, 쓰여진 기호는 쓰여진 형태와 동일한 것으로 간주되어서는 안 된다고 주장을 한다.⁷⁾ 즉, 문자의 쓰여진 형태가 쓰여진 것의 언어적 내용과는 독립적으로 특정한 의미를 발생시키는 것이며, 디지털 기술로 인해 문자의 형식과 기능이 변할 뿐인 것이다.

그렇다면 스마트 모바일 안에서 문자의 형식과 기능은 어떻게 변화되는가? 이를 위해서는 문자의 원리를 살펴볼 필요가 있다. 문자의 원리는 감각적 지각의 현존, 지시 그리고 연산성의 세 가지 측면으로 이루어진 세 가지 축으로 이루어져 있다.⁸⁾



[그림 1] 문자의 원리

우선 지각적 현존은 표면 위에 개별적이고 반복적인 기호의 그래픽적인 배열을 감각적으로 지각할 수 있는 능력과 관련되어 있다.⁹⁾ 문자가 단순히 의미를 전달하는 기능에 그치는 것이 아니라 문자의 배열과 물질적 특성에 의해 시각적인 형상화의 잠재력을 지닌다는 것이다.¹⁰⁾ 따라서

빌리오의 입장을 중심으로, 『한국출판학연구』, 제51호, 한국출판학회, 2006, 6~7쪽.

7) 로이 해리스, 앞의 책, 89쪽.

8) 지빌레 크레머, 『문자의 형상성』, 인문학연구원 HK문자연구사업단, 『문자개념다시보기』, 연세대학교 대학출판문화원, 2013, 346~347쪽.

9) 지빌레 크레머, 같은책, 346~347쪽.

10) 정한균, 『typEmotion: 문자학의 정립을 위하여』, 문학동네, 2012, 91쪽.

문자는 지각될 수 있는 형상상을 지니고 있어야 하며 문자의 시각화와 공간화의 특성이기도 하다. 즉, 문자는 언제 어디서든지 감각적으로 지각될 수 있어야 하며 우리가 문자의 형상화를 통해 지각할 수 있다. 만약 이러한 특성이 부족하다면 우리는 문자를 문자로서 지각할 수 없게 된다. 다음으로 지시적 특성은 문자는 다른 기호들을 지시해야 한다. 쓰여진 문자와 지시적 관계에 놓여있는 대상이 명확해야 하는 것이다. 마지막으로 연산적 특성은 다른 문자들과 명확하게 구분지어질 수 있는 이접성과 불연속성을 지니고 있다. 연산적 특징으로 인해 문자들이 언제나 다르게 질서지워질 수 있는 배열이라는 사실을 의미한다.¹¹⁾ 따라서 스마트 모바일에서 변화되는 문자의 특성은 이 세 가지 모두이다. 왜냐하면 스마트 모바일에서 문자는 감각적으로 지각 가능한 문자의 형상에 쉽게 변형을 가할 수 있으며 이로 인해 문자의 지시성이 사라질 수 있고, 언제든지 문자의 배열을 손쉽게 할 수 있기 때문이다. 중요한 것은 문자의 세 가지 특성이 다 갖추었을 때 문자로 바라볼 수 있으며 각 특성이 매체, 콘텐츠에 따라 비율을 다르게 해서 나타날 수 있다는 것이다.

그렇다면 이러한 문자의 특성들은 한글 콘텐츠의 소재로 어떻게 활용될 수 있는가? 문자가 어떻게 활용될 수 있는가에 대한 논의는 크레머가 주장한 음성중립적인 문자의 가능성을 토대로 짐작해 볼 수 있다. 크레머는 문자와 관련하여 4가지의 개념을 주장한다. 인지의 재평가, 표면성의 발견, 공간화의 문화적 기술, 문자기계로서 컴퓨터가 바로 그것이다.¹²⁾ 인지의 재평가(Revaluation of Cognition)는 문자의 의사소통을 넘어 문자의 인지적 기능을 갖고 있는 것을 의미한다. 이는 문자를 인지적으로 활용하는 있는 도구적 기능으로 볼 수 있다. 이럴 경우, 문자는 인지적인 효과를 증진할 수 있는 한글 교육에 활용될 수 있을 것이다. 표면성의 발명(The Invention of Planarity)은 문자가 표기되는 공간의 중요

11) 지빌레 크레머, 같은책, 347쪽.

12) 지빌레 크레머, 앞의 책, 347~348쪽.

성을 언급하는 것이다. 인간의 예술성, 창의성 등이 표기되는 공간에 의존한다는 것이다. 이때 스마트 모바일 안에서 문자는 예술성 혹은 창조성을 위한 역할을 하게 된다. 공간화의 문화적 기술(Cultural technique of Spatialization)은 표면 위에 배열된 문자는 다시 재배열할 수 있다는 것을 지칭한다. 이때 문화적 기술은 의사소통과 인지능력을 키우는 일상적인 기호적인 관습에 의해 만들어지며¹³⁾, 사고과정의 표면화와 감각을 통한 지성의 성취를 촉진시킨다.¹⁴⁾ 이러한 개념은 스마트 모바일 안에서 문자를 활용한 기능성 게임, 교육용 게임에 활용할 수 있다. 마지막으로 문자기계로서 컴퓨터(The Computer as a Writing Machine)는 디지털 연산문자로서 디지털 문자를 의미하며 놀이의 측면이 도입된다. 바로 여기서 의미로부터 독립해 있는 연산문자의 유희적 특성을 얻게 된다.¹⁵⁾ 이때 문자는 교육을 위한 게임, 유희성을 추구하는 게임 등에 활용될 수 있다.

문자의 특성들이 다양하게 활용될 수 있는 가능성은 스마트 모바일 기술 및 다양한 기호들과 함께 융합되어 구체화된다. 스마트 모바일 내에서 문자는 시각뿐만 아니라 촉각, 청각과 결합되어 사용자에게 지각된다. 스마트 모바일은 정전식 터치스크린 기술이 적용되기 때문에 사용자가 인터페이스 상에 재현된 문자들을 드래그하거나 감압하는 등의 외부 자극에 대한 신호들을 촉각적인 감각작용을 통해 경험할 수 있다. 또한 문자와 음향, 색상이 연동되어 사용자의 감각자극을 증대시킨다. 문자에 대한 사용자의 선택적 주의를 이전 매체와는 다른 방식으로 제공되어 사용자들의 특정한 목적을 증진시킨다.

13) Krämer, S., Writing, Notational Iconicity, Calculus: On Writing as a Cultural Technique, MLN, 118(3), 518-537, German Issue, 2003, 528쪽.

14) Krämer, S., & Bredekamp, H., Culture, Technology, Cultural Techniques-Moving Beyond Text1. Theory, Culture & Society, 30(6), 20-29, 2013, 27쪽.

15) 정한균, 앞의 책, 125쪽.

Ⅲ. 문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠의 양상

이 글은 ‘문자를 활용해서 가능한 것들을 이해하기’ 위해 문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠의 양상을 살펴보고자 한다. 문자가 스마트 모바일에서 활용되는 영역은 매우 광범위하다. 본 장에서 중요한 점은 텍스트가 아니라 문자의 활용에 초점을 맞추고 있는 것이다. 이러한 관점에서 볼 때, 문자를 활용하는 한글 콘텐츠의 양상은 교육, 게임, 기능성 게임, 마케팅으로 유형화 된다. 스마트 모바일에서 한글 콘텐츠의 양상을 살피는 이유는 최근 문자를 활용한 다양한 콘텐츠들이 가장 활발하게 출시되는 분야이기 때문이며 또한 문자가 한글 콘텐츠의 소재로 어떻게 활용되는지 살펴보기 위함이다. 이와 더불어 문자의 어떠한 특성이 활용되고 무엇이 강조되는지를 살펴보고자 한다.

1. 문자를 교육의 소재로 활용하는 한글 콘텐츠

스마트 모바일에서 문자의 활용이 가장 활발하게 이루어지는 영역은 교육 분야이다. 대부분의 한글 콘텐츠는 한글 교육을 목적으로 제작되고 있다. 사용자가 한글 콘텐츠를 사용한다면 아마도 그 대상은 유아 혹은 외국인일 것이다. 실제로 한글 콘텐츠는 한글을 깨우치기 위한 유아, 한글을 처음 접하는 외국인을 핵심 타겟으로 한다. 간헐적으로 성인의 어휘력 학습을 위한 한글 콘텐츠가 제작되고 있기는 하지만 유아용 한글 콘텐츠에 비해 질적 완성도가 매우 낮으며, 외국인을 위한 한글 콘텐츠도 이와 마찬가지로이다. 따라서 본 절에서는 한글 유아를 대상으로 제작된 한글 콘텐츠만 살펴보고자 한다.

보로로 한글 박사는 한글을 배우기 시작한지 오래 안 되는 유아들을 대상으로 제작된 한글 콘텐츠이다. 이 한글 콘텐츠의 메뉴는 한글 자음, 모음, 낱말카드, 나만의 낱말 카드로 구성되어 있으며, 한글 교육은 메뉴

중 하나를 사용자가 선택하면 각 메뉴에 해당되는 문자들과 이것이 지시하는 이미지들을 시각적으로 제공하는 방식으로 진행된다.

뽀로로 한글박사는 유아들이 문자를 지각할 수 있도록 문자를 반복적으로 제시하고 있다. 반복적인 문자의 제시는 시간의 경과에 따른 기억의 소거·간섭 효과를 차단하기 위함으로 볼 수 있으며, 문자를 명확하게 지각시키기 위한 방법이다. 문자들을 인터페이스의 좌우상하단에 배치하거나 또는 문자의 형상을 위아래로 흔들리게 하여 유아들이 문자를 효과적으로 지각시키고자 한다. 문자가 표기되는 인터페이스 상에 문자의 크기를 늘리거나, 색상의 활용한 문자의 강조 등 문자의 형상성에 활용하고 있다.

문자의 형태, 형상을 지각한다는 것은 그것이 지시하는 의미가 무엇인지를 인지할 수 있어야 한다. 즉 문자와 이것이 지시하는 대상체의 관계를 유아가 인지할 수 있어야 한다. 뽀로로 한글 박사는 유아들에게 문자의 의미를 명확하게 이해시키기 위해 문자와 지시적 관계에 놓인 내용의 의미들을 형상화하여 이미지로 제시한다. 예를 들어, 유아가 한글 자음 중 ‘ㄱ’을 클릭하면 이에 해당하는 문자들(가방, 개구리, 구급차 등)과 이미지들이 동시에 제시된다. 이와 더불어 해당 문자를 읽어주는 청각기호를 반복적으로 들려주고 있다. 인지 심리학의 관점에서 문자와 이미지, 음향을 통합하여 제공하는 것은 해당 문자를 처음 접하는 유아들의 단기 기억과 작업 기억을 활성화시켜 뇌 속에 저장된 지식으로 장기 기억될 가능성이 높이는 것이다. 특히 청각기호는 문자를 부호화시키는데 매우 효과적인 방법으로서 유아들의 한글 학습에 큰 효과를 유발할 수 있다. 즉 뽀로로 한글 박사는 문자와 지시 관계에 놓인 의미들을 명확하게 유아들에게 각인시켜줌으로서 문자의 인지적 측면을 강조하고 있다.

또한 연산적 측면에서 문자는 유아들이 제시되는 문자와 다른 문자와의 혼란을 방지하기 위해 다른 문자들과 병치시키지 않는다. 이는 문자가 어떻게 배열되는가에 대한 것이며, 인터페이스 상에 고정된 공간에

문자가 항상 배열되거나 위치되는 것은 아니지만 문자가 제시될 때 색상을 배경화면과 다르게 하여 강조하거나 문자가 지시하는 의미를 형상화하는 시각기호들의 옆에 문자를 배치함으로써 유아들이 문자를 확실하게 지각할 수 있도록 인터페이스를 구성하고 있다. 또한 한글 콘텐츠의 제목에서 알 수 있듯이, 유아들에게 친숙한 뽀로로 캐릭터를 활용하여 거부감 없이 쉽게 한글을 학습할 수 있도록 유도하고 있다. 유아들이 문자를 쉽게 인지할 수 있도록 친숙한 시각기호들을 활용한다.



[그림 2] 뽀로로 한글 박사

한편 AR 기술을 활용한 교육용 한글 콘텐츠인 <HANS EDU>가 있다. 한스 에듀의 교육진행 방식은 문자가 표기된 낱말 카드에 스마트 모바일을 비추면 QR코드를 인식하여 문자와 이에 해당하는 대상체가 증강현실로 재현된다. 이 한글 콘텐츠는 이차원의 평면에서 보여주는 문자를 3차원의 입체감을 가진 문자로 재현함으로써 유아의 호기심을 자극하고 이를 통해 학습 효과를 증진시키고자 한다. 하지만 한스 에듀를 사용하기 위해서는 낱말 카드를 별도로 구매해야 하는 불편함이 존재한다. 한스 에듀는 문자를 증강 현실된 가상의 이미지로 제시함으로써 문자의 지시적 특성을 더욱 강조하고 있다. 동물이나 과일 야채 등의 문자들은 지시적 관계에 놓인 대상들을 문자와 더불어 증강현실 이미지로 보여줌으로써 유아들에게 해당 문자의 의미를 명확하게 각인시키는 효과가 있다.



[그림 3]

2. 문자를 게임의 소재로 활용하는 한글 콘텐츠

문자를 소재로 활용하는 분야에는 게임용 한글 콘텐츠도 있다. 게임을 목적으로 제작되는 한글 콘텐츠들은 온라인보다 스마트 모바일에서 활발하게 제작되고 있다. 그 이유는 문자를 소재로 게임을 이끌어 나가기에는 다소 게임성이 부족한 듯 보인다. 스마트 모바일을 기반으로 하는 대부분의 한글 콘텐츠들은 스낵컬쳐 형식으로 간단히 게임을 할 수 있도록 제작되고 있다.

<한글 통통>은 자음과 모음을 조합하여 문자를 생성하는 방식으로 게임이 진행된다. 사용자가 16개의 자음과 모음을 어떻게 조합하느냐에 따라 각기 다른 문자들이 생성된다. 게임의 인터페이스에 제시된 음소들이 지시하는 대상은 부재하지만 자음과 모음의 조합으로 문자가 생성되면 그 이후부터는 문자가 지시하는 대상이 명확하게 존재하게 된다. 문자의 인지적 측면을 강조하는 이 게임의 특성은 어휘력이 풍부한 사용자일수록 높은 점수를 획득할 수 있다. 한글 통통은 문자를 활용함에 있어 비교적 난이도가 높은 게임으로 볼 수 있으며 사용자에게 높은 수준의 어휘력을 요구하고 있다. 최초 제시되는 자음과 모음들은 아무런 의미를 지니지 않는 음소들로 나열되어 있지만 음소들이 조합되면 사용자가 감각적으로 지각할 수 있는 문자가 변형된다. 생성되는 문자의 수는 한 게임당 70개 이내이며, 음소들을 어떻게 배열하느냐에 따라 생성되는 문자

수가 다르게 나타난다. 사용자가 음소들을 드래그하여 단어를 조합(계산)함으로써 문자의 연산적 특징을 지니고 있으며 이를 통해 게임의 특성이라고 할 수 있는 유희성이 제공된다. 특히 이 게임은 유희성을 더욱 강조하기 위해서 지인들과의 경쟁 심리를 유발할 수 있는 ‘카카오게임즈’의 플랫폼에 탑재되어 있다.

한편 <다함께 풍풍풍>은 다양한 미니 게임들(농구풍, 카드풍, 숫자풍, 타워풍 등)이 탑재되어 있고 그 중의 하나가 한글 콘텐츠(한글 풍)이다. 한글 풍의 게임방식은 캐릭터가 제시하는 문자와 하단부에 의미가 부재한 상태로 배열된 문자를 동일하게 맞추면 된다. 사용자가 하단부에 제시되는 문자를 의미가 있는 문자로 배열할 수 있음에도 불구하고 상단에 캐릭터가 문자를 제시하는 것은 사용자에게 게임성을 유발하기 위한 전략으로 보이지만 이로 인해 동일한 숫자 맞추기, 그림 맞추기와 같은 단순한 게임으로 전락하였다. 만약 이 게임이 캐릭터가 문자를 제시하지 않은 상태에서 사용자가 의미있는 문자로 배열을 요구하였다면 더욱 게임성과 유희성이 더욱 증가했을 것이다. 그럼에도 불구하고 문자가 지시하는 대상과 문자의 지각은 캐릭터를 통해 사용자가 분명히 인지할 수 있다. 반면 하단의 문자에 주의를 기울일 경우, 문자의 지시성과 지각은 소멸된다. 하지만 문자를 배열하여 의미를 지닌 문자를 생성하는 측면에서 보면 문자의 연상성과 유희성을 지니고 있다고 할 수 있다. 즉, 다함께 풍풍풍은 문자의 연산적 측면을 활용하는 게임으로 볼 수 있다.



[그림 4] 한글 통통



[그림 5] 다함께 풍풍풍

3. 문자를 마케팅의 소재로 활용하는 한글 콘텐츠

한글의 서체를 활용하는 마케팅을 흔히 한글 마케팅이라 불린다. 한글 마케팅은 스마트 모바일 안에서도 활발하게 추진되고 있으며, 특히 모바일 게임을 중심으로 진행되고 있다.

한글 마케팅을 소재로 활용한 한글 콘텐츠는 <피시 아일랜드>와 <아 이러브 파스타>가 있다. 이 모바일 게임들의 특징은 게임 내 미니 게임 형식으로 한글 마케팅을 진행한다는 데 있다. 그리고 한글의 날 이벤트로 진행되기 때문에 한시적으로 미니 게임이 생성된다. 우선 피시 아일랜드는 한글의 자음과 모음이 새겨진 물고기를 낚시하는 게임이다. 한글의 날을 전후로 한정된 기간에만 자음·모음 물고기가 생성되기 때문에 사용자들은 희소성이 있는 물고기를 낚시하기 위해 이 기간에 접속률이 높아진다. 특히 이 게임은 사용자가 낚은 물고기를 수집할 수 있어서 다른 사용자와 차별되는 물고기를 보관할 수 있다는 만족감으로 인해 한글 마케팅의 효과가 높다고 할 수 있다.

하지만 이 게임에 활용되는 문자들은 감각적 지각이 매우 낮다. 사용자들은 자음과 모음이 새겨진 물고기를 낚지만 문자 측면에서 보면 아무런 의미가 없다. 만약 사용자가 낚은 물고기들이 자음과 모음을 조합하

여 문자가 새겨진 물고기로 변형이 가능하다면 오히려 사용자들에게 지 금보다 더 큰 재미를 선사할 수 있을 것이다. 즉 이 게임은 문자를 지각 할 수 없으며 유희성을 강조하는 게임 고유의 특성을 내포하고 있다. 자음과 모음으로 이루어진 물고기들로 게임이 구성되어 있기 때문에 당 연히 문자가 지시하는 의미도 존재하지 않는다. 다른 한글 콘텐츠들과 비교해보면 매우 낮은 수준의 한글 콘텐츠라고 할 수 있다. 단순히 자음 과 모음이 확연하게 구분될 수 있는 연산적 특징을 지니고 있지만 문자 로서의 기능을 이 게임 안에서 부재하다.

피시 아일랜드와 동일한 형태로 한글 마케팅을 진행하는 모바일 게임 은 아이러브 파스타가 있다. 아이러브 파스타는 레스토랑을 경영하는 게 임으로서 한글의 날 이벤트로 미니 게임 형식인 한글 마케팅을 진행한 다. 이 게임의 한글 마케팅은 문자를 활용하기 보다는 문자텍스트의 올 바른 문법을 맞추는 것이다. 사용자가 한글의 날 이벤트 기간 동안 게임 에 접속하면 한글 도령이라는 캐릭터가 문자 텍스트 2개를 제시하면 문 법에 맞는 문자텍스트를 선택하는 퀴즈 형식이다. 문자텍스트로 한글 마 케팅이 진행되기 때문에 이 게임은 문자의 감각적 지각 측면 보다는 문 자가 모인 텍스트의 지각이 중요하며, 문자의 의미를 지시하기 보다는 텍스트성을 강조하고 있다.



[그림 6] 피시 아일랜드



[그림 7] 아이러브 파스타

위의 두 게임들은 문자를 소재로 활용한 한글 콘텐츠로 보기에는 무리가 있다. 그럼에도 불구하고 이 게임들에서 문자를 소재로 하는 한글 콘텐츠의 가능성을 찾을 수 있다. 물론 이 게임들이 진행하는 한글 마케팅은 한시적으로 진행되고 있지만 게임 형식을 차용한 한글 마케팅이라는 점 그리고 게임 사용자들의 관심을 유발하는 한글 마케팅을 활용하여 한글의 우수성 혹은 새로운 인식을 심어줄 수 있다는 측면에서 이러한 형식의 한글 마케팅은 지속되어야 할 것으로 보인다.

이러한 마케팅 전략은 오프라인 상에서 주로 서체를 활용한다. 하지만 스마트 모바일에서 한글 마케팅은 서체보다 한글의 모습과 자음을 이용하는 문자 그 자체, 외래어의 순우리말로 변경하는 경우가 많다. 눈여겨 볼 점은 게임과 마케팅이 결합되어 새로운 미니 게임형식으로 제작된 한글 마케팅을 한다는 데 있다.

위의 게임들과는 다른 방식으로 진행되고 있는 한글 마케팅도 있다. 국내 유저들에게 큰 호응을 얻고 있는 모바일 게임 <SEVEN KNIGHTS>, <HIT>가 있다. 앞서 살펴본 사례와 다르게 이 게임은 미니게임 형식의 한글 마케팅을 진행하지 않는 대신에 모바일 게임의 영문제목이나 7명의 전사 명을 순 우리말로 변경하는 한글의 날 이벤트를 시행하고 있다. 비록 이 두 게임이 한글 콘텐츠라고 지칭하는데 앞선 게임들보다 분명히 한계가 존재한다. 하지만 이 게임에서 눈여겨 볼 점은 영어표기를 한글

로 변경한다는데 있다. 이는 국내에서 제작된 게임이 전사나 게임 명을 영문제목으로 소통하는데 있어서의 문제점을 기업 자체가 스스로 자각한 결과이며, 게임의 표상으로서의 한글이 사용될 수 있음을 시사한다.

특히 HIT의 경우, 영문 제목을 한글로 변경하여 나타난 문자는 ‘Hit’를 ‘히트’로 개정하여 ‘때리다’라는 지시적 대상이 명확하게 드러나며 이를 통해 이 게임이 무엇을 하는 게임인지를 규정해준다. 또한 한글 제목은 그림에서 보는바와 같이 열정을 상징하는 붉은색 계열의 색상을 활용하여 문자의 형상성을 강조하며 이를 통해 사용자들은 한글로 변경된 게임 제목을 감각적 지각할 수 있게 한다. 반면 세븐 나이즈는 게임에 등장하는 전사명을 우리말로 개명하고 있다. 예를 들어 게임 내 전사인 ‘루디’를 빛의 수호자 ‘정듬직’으로 변경하는 등의 한글 이벤트를 시행하고 있다. 하지만 빛의 수호자 ‘정듬직’이 지시하는 대상인 루디와 아무런 연관성이 없는 자의적인 관계로 연결되어 있기 때문에 지시적 관계는 부재하다고 할 수 있다. 단지 외래 이름을 우리말로 변경만할 뿐이다. 그럼에도 불구하고 순 우리말로 변경된 문자는 감각적 지각의 특성을 보유하고 있다. 또한 영문제목과 차별화되거나 다른 전사들의 이름과는 명확히 구별되는 문자의 연산적 특징을 보유하고 있다.



[그림 8] 히트와 세븐나이즈

문자의 형상성을 강조하는 한글 마케팅인 <클래쉬 오브 클랜>은 세계적인 모바일 게임으로서 한국의 현지화 전략을 위해 서체를 활용하고 있다. 일반적으로 해외에서 제작된 모바일 게임의 경우(온라인 게임과는 다르게), 해외로 수출할 때 현지화 전략을 시도하지 않는다는데 있다. 구글 플레이에 게임 어플리케이션을 올리는 순간 국적에 상관없이 불특정 다수가 게임을 다운받기 때문에 현지화 전략 자체가 사실상 불가능하다. 주로 모바일 게임의 현지화 전략은 특정 국가에서 인기가 많을 경우 진행된다. 이러한 맥락에서 클래쉬 오브 클랜은 국내 유저들의 인기에 힘입어 서체를 활용한 한글 마케팅을 시도하고 있다. 클래시 오브 클랜의 한글 마케팅은 영문제목의 한글 변경, 슬로건의 한글화, 캐릭터의 한국어 구사 등을 한다. 특히 서체를 활용한 한글 마케팅은 서체를 비정형, 비대칭적으로 형상화하여 게임의 캐릭터와 분위기를 살리는 효과를 유발하고 있다. 클래쉬 오브 클랜의 한글 마케팅의 특징은 한글의 날의 이벤트성 행사로 진행되기 보다는 게임의 한글화를 통해 지속적으로 진행되고 있다. 또한 메뉴에서부터 내비게이션에 이르기까지 다양한 게임 요소들을 한글화하고 있다. 한글 마케팅의 지속성과 한글화가 앞서 살펴본 한글 마케팅고 차별화되는 지점이다.



[그림 9] 클래쉬 오브 클랜

4. 문자를 기능성(치매예방)의 소재로 활용한 한글 콘텐츠

실버세대의 노화된 뇌의 기억력 감퇴 현상과 치매를 예방하기 위한 기능성 게임인 한글 콘텐츠가 있다. 이 게임은 기능성 게임과 유사하게 특정한 목적을 추구하는데, 치매 예방을 목적으로 한다. 실버세대가 게임을 즐기면서 자연스럽게 치매를 예방하는데 목표를 두고 있다. 게임은 낱말 맞추기 형식으로 진행되는데, 기억력을 증진시키고 치매 예방에 도움이 된다는 연구결과를 기반으로 제작된 게임이다. 이 게임은 문자의 의미를 먼저 제시한 후 이에 해당하는 문자를 찾는 과정으로 진행된다. 문자의 지시대상과 문자를 제시하는 순서가 역행되기는 하지만 문자와 지시적 대상과의 관계는 변함이 없기 때문에 문자의 지시적 특성을 지니고 있다. 문자가 감각적으로 지각되기 위해서는 문제의 내용(지시적)을 이해해야만 하기 때문에 사용자의 수준에 따라 달라질 수 있다. 물론 문자가 표기된 게임의 인터페이스에 문자들이 배열되어 있고 각 문자들을 지각될 수 있겠지만 퍼즐 게임의 특성상 지시적인 관계가 연결되어야만 해당 문자를 감각적으로 지각할 수 있다.

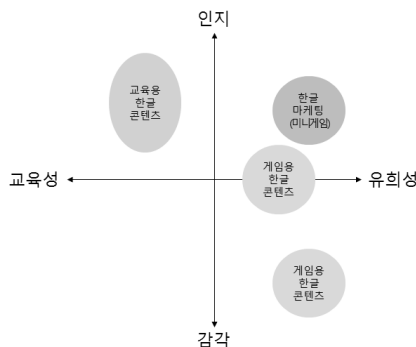


[그림 10] 치매예방 퍼즐

IV. 스마트 모바일에 나타난 한글 콘텐츠의 가치

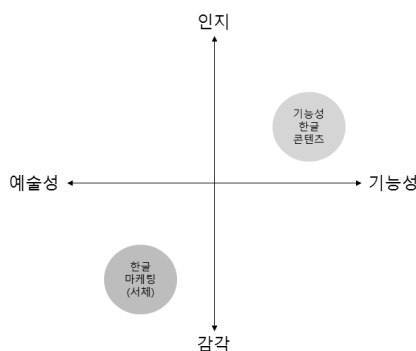
스마트 모바일에 출시되어 있는 한글 콘텐츠들은 교육적, 유희적, 실용적, 예술적인 목적을 추구하고 있다. 교육적인 목적을 추구하는 한글 콘텐츠들은 교육용 한글 콘텐츠가 있으며 유희적인 목적을 추구하는 한글 콘텐츠는 게임용 한글 콘텐츠가 있다. 또한 실용적(기능적) 목적을 추구하는 한글 콘텐츠는 기능성(치매 예방) 한글 콘텐츠가 있으며 예술적인 목적을 추구하는 한글 콘텐츠는 미니 게임형식으로 제작되는 한글 마케팅이 있다. 이러한 한글 콘텐츠의 구분은 문자의 특성과 강조 지점(인지, 감각)을 어떻게 활용하느냐에 따라 다르게 나타난다.

교육용 한글 콘텐츠들은 문자의 인지적 특성을 강조함으로써 사용자들의 한글 교육을 효과적으로 증진시키고자 한다. 이러한 문자의 특성들은 유아들의 호기심을 자극할 수 있는 AR 기술, 익숙한 캐릭터의 활용, 귀여운 형상으로 디자인 되는 시각 기호들과 문자들을 활용하여 한글 콘텐츠의 교육성을 지향하고 있다. 다음으로 게임용 한글 콘텐츠들은 문자의 연산적 특성을 강조함으로써 유희적 목적을 지향하고 있다. 이를 위해 사용자가 의미가 부재한 문자를 새롭게 배열하거나 의미를 지닌 문자로 생성하는 방식으로 유희성을 강조한다. 그렇다고 하여 게임용 한글 콘텐츠가 문자를 활용한 유희성만을 강조하지는 않는다. 사용자가 의미 있는 문자를 생성한다는 것은 기본적으로 사용자의 어휘력을 요구하기 때문에 교육용 한글 콘텐츠에 비해 상대적으로 수준이 낮지만 일정 수준 이상의 인지적 측면이 강조되고 있다.



[그림 11] 교육 및 게임 한글 콘텐츠의 포지셔닝

다음으로 한글 마케팅용 한글 콘텐츠들은 문자를 활용한 유희성과 예술성을 추구하고 있다. 유희성을 추구하는 한글 마케팅은 미니 게임 형식으로 진행되는 한글 마케팅으로서 낮은 수준의 사용자의 인지적 측면을 요구하고 있다. 한글의 서체를 마케팅으로 활용하는 한글 콘텐츠는 문자 텍스트의 형상을 게임의 분위기와 조화롭게 일치시킴으로써 문자의 예술성을 강조하며 사용자의 감각을 자극하고 있다. 다음으로 기능성 한글 콘텐츠들은 치매 예방을 목적으로 제작되기 때문에 특정한 목적을 위한 문자의 기능을 강조하며 사용자에게는 문자의 의미를 이해할 수 있는 수준의 사용자의 인지력을 요구하고 있다.



[그림 12] 마케팅 및 기능성 한글 콘텐츠의 포지셔닝

한글 콘텐츠가 지향하는 목적들을 토대로 가치를 살펴보면 다음과 같다. 한글 콘텐츠 내에서는 사회의 통념과 반대되는 가치들이 나타난다. 일반적으로 교육이나 고령화를 위한 콘텐츠는 공익적 차원의 가치를 지니고 있다. 교육은 누구한테나 보편적이고 평등한 기회를 주어야 한다. 또한 실버세대의 인지 치유는 문화적인 매체를 통해서 실현될 때 문화적 복지차원의 일환으로 무상으로 제공될 수 있다. 이 둘은 국가가 앞장서서 국민의 삶의 증진을 위해 우선시해야 하는 정책이 되어야 할 것이다. 물론 교육용 한글콘텐츠와 기능성 한글 콘텐츠는 민간 기업에서 제작되었지만 정부에서 운영되는 한글 콘텐츠들의 부재 혹은 효과 미비로 인해 대다수의 사용자들은 민간 기업이 제작한 한글 콘텐츠를 사용하고 있다.

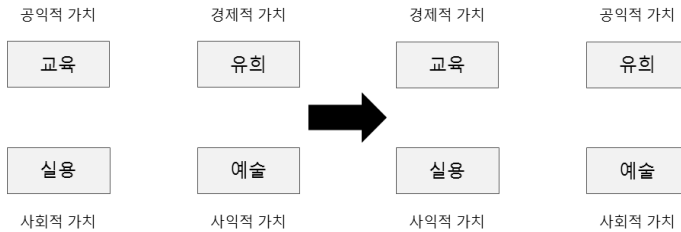
스마트 모바일 내에서 교육용 한글 콘텐츠들은 수익을 창출하기 위한 기업의 경제적 논리가 작동되고 있다. 앞서 살펴보았던 다운로드 수가 높고 인기가 많은 교육용 한글 콘텐츠들의 대다수는 유료로 제공되고 있다. 뽀로로 한글 박사는 메뉴가 3개로 구성되어 있지만 극히 일부만 사용할 수 있다. 모든 한글 교육을 학습하기 위해서는 메뉴별 구매가 이루어져야 한다. 즉, 사회에서 벌어지고 있는 사교육 시장의 열풍이 체를 가리지 않고 스마트 모바일 안에도 침투하고 있는 것이다. 물론 모든 교육용 한글 콘텐츠가 유료로 제공되지 않는다. 하지만 양질의 콘텐츠라 불릴만한 한글 콘텐츠들은 유료 콘텐츠 서비스를 함으로써 한글 교육이라는 순수한 목적이 퇴색되고 있다. 또한 실버세대를 대상으로 출시되는 기능성 한글 콘텐츠도 위와 마찬가지로이다. 문자 퍼즐을 맞추기 위해서 제공되는 연필이라는 도구가 있는데, 문제를 매번 틀릴 때 마다 연필의 숫자가 소멸되고 이후 기능성 한글 콘텐츠를 사용하기 위해서는 연필 아이템을 유료로 구매해야 한다. 우리가 흔히 공익적 가치로 바라볼 수 있는 교육과 치매예방 관련 한글 콘텐츠들은 결국 경제적 가치를 추구하고 있다.

반면 민간 기업에서 제작하는 게임용 한글 콘텐츠와 브랜드 인지도를

제고하기 위해서 실시하는 마케팅은 당연히 경제적 가치를 추구할 것으로 생각할 수 있다. 하지만 실상은 전혀 그렇지 않다. 게임용 한글 콘텐츠는 대부분 무료로 진행되며, 낮은 수준이기는 하지만 어휘나 문법 등의 한글 교육을 게임을 통해서 할 수 있다. 유희성을 추구하면서 한글 학습을 할 수 있는 일종의 에듀테인먼트와 유사하다. 물론 다함께 통통통처럼 유희성만을 추구하는 게임도 있긴 하지만 최소한 게임을 통해 다양한 문자들을 학습할 수 있다는 측면에서 분명히 긍정적인 면도 존재한다. 또한 한글 마케팅은 미니 게임이나 영문을 순 우리말로 변경하기 등의 전략을 실시하여 사용자들의 참여를 촉진하는 전략을 시행하고 있다. 물론 교육용 한글 콘텐츠처럼 체계적인 한글 교육을 하거나 게임용 한글 콘텐츠와 같이 문자 의미를 활용하지는 않지만 적어도 대중들에게 한글이라는 문자의 사용을 촉구하고 있다. 이처럼 영리를 목적으로 하는 기업이 왜 문자를 활용한 게임제작이나 한글의 날을 기념해서 마케팅을 무료로 시행해야 하는가? 물론 공익적 차원에서 기업이 소외 계층을 위해 기부행위를 함에 있어 브랜드 인지도의 제고를 위한 전략으로 볼 수 있다. 그리고 수혜를 받은 사용자들이 회사의 긍정적인 이미지를 간직하고 언제가 기업에게 혜택을 줄 것이라는 기대감이 숨어 있을지 모른다. 그 의도가 무엇이든가에 중요한 것은 현재 민간 기업들은 게임을 무료로 제작하고 있고, 한글 마케팅을 통해 외래어의 범람을 막고, 무분별한 한글의 파괴를 자체적으로 정화하고자 하는 노력을 시도하고 있다. 즉, 유희성과 예술성을 기반으로 문자를 활용하여 한글 콘텐츠를 제작하고 있는 민간 기업들은 공익적 가치를 추구하는 것으로 볼 수 있다.

따라서 스마트 모바일에서 한글 콘텐츠의 가치는 공익적 가치와 경제적 가치가 대립되고 있음을 확인할 수 있다. 그리고 한글 콘텐츠의 공익적 가치는 유희성과 예술성을 목적으로 활용하는 민간 기업의 게임과 마케팅이 주축을 이루고 있다. 반면 한글 콘텐츠의 경제적 가치는 실용성과 교육성을 추구하는 교육과 치매예방을 위한 한글 콘텐츠에서 나타나

고 있다. 이러한 결과로 미루어 보면, 스마트 모바일 안에서 한글 콘텐츠가 지향하는 가치의 경향성은 일반적으로 우리의 상식과 반대되는 방향으로 가치가 정립되어 가고 있다. 즉 한글 콘텐츠의 가치는 경제적 가치와 공익적 가치가 대립되고 있으며 모순된다고 할 수 있다.



[그림 13] 한글 콘텐츠의 가치

V. 나가는 말 : ‘한글’ 콘텐츠, 한글 ‘콘텐츠’에서 ‘한글 콘텐츠’로

본고는 스마트 모바일 안에서 문자를 소재로 활용하는 한글 콘텐츠의 양상과 가치를 살펴보는데 목적이 있었다. 문자라는 소재의 특성을 한글 콘텐츠가 어떻게 활용하고, 무엇을 강조하는지를 살펴보았다. 그리고 이를 통해 한글 콘텐츠의 양상과 가치를 논의하였다.

현재 스마트 모바일의 한글 콘텐츠는 공익적 가치와 경제적 가치가 대립되고 있다. 공익적 가치로서 유희성과 예술성을 추구하는 한글 콘텐츠와 경제적 가치로서 교육성과 실용성을 추구하는 한글 콘텐츠들이 대립되고 있다. 이 둘의 가치를 지향하는 한글 콘텐츠들은 문자를 어떻게 활용하느냐에 따라 그 목적과 기능이 달라진다. 즉 문자가 ‘한글’, ‘콘텐츠’ 어디에 종속시키느냐에 따라 한글 콘텐츠의 목적, 효과, 경험 등이 다르게 나타난다.

문자를 ‘한글’에 종속시킬 경우, 한글 콘텐츠는 문자의 교육성에 집중된다. 하지만 문자의 교육성에 집중되어 사용자들에게 무미건조하고 지

루한 한글 콘텐츠가 될 수 있다. 반면, 문자를 ‘콘텐츠’에 종속시킬 경우, 문자는 유희성을 위한 부수적인 수단으로 전락된다. 수많은 소재들 중에 문자는 재미를 주기 위한 하나의 수단일 뿐이다. 즉, 한글 ‘콘텐츠’의 소재는 문자이어도 되고 아니어도 되는 것이다. 이럴 경우, 자칫 문자가 지닌 의미와 기능보다는 사용자들에게 재미를 제공하기 위한 유희성에 더욱 초점이 맞추어지며 이로 인해 문자의 본질이 훼손될 수 있다.

따라서 본 논문은 한글과 콘텐츠를 구분하기 보단 그 자체로서 ‘한글 콘텐츠’에 주목을 하고, 문자의 교육성과 유희성이 적절히 융합된 한글 콘텐츠를 지향할 것은 제언하고자 한다. 그럼으로써 스마트 모바일 내에서 한글 콘텐츠는 유저들의 올바른 한글 교육과 인식을 증진할 수 있을 것이다. 또한 스마트 모바일에서 자주 거론되는 한글의 파괴를 자체적으로 정화시킬 수 있는 콘텐츠가 될 수 있을 것이라 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강진숙, 「탈문자시대의 미디어 문화와 이용자에 관한 이론적 연구: 포스터, 플루서, 비블리오의 입장을 중심으로」, 『한국출판학연구』, 제51호, 한국출판학회, 2006.
- 이상호·김선진, 『디지털 미디어 스마트 혁명』, 미래를 소유한 사람들, 2011.
- 정한균, 『typEmotion: 문자학의 정립을 위하여』, 문학동네, 2012.
- 태지호, 「문화콘텐츠에 재현된 집단 기억의 문화기호학적 의미 연구」, 『기호학 연구』, 제43집, 한국기호학회, 2015.
- 로이 해리스, 『문자의 기호들』, 김남시 역, 연세대학교출판부, 2013, 3쪽.
- 지빌레 크레머, 『문자의 형상성』, 인문학연구원 HK문자연구사업단, 『문자개념다시보기』, 연세대학교 대학출판문화원, 2013.
- Krämer, S., Writing, Notational Iconicity, Calculus: On Writing as a Cultural Technique, *MLN*, 118(3), 518-537, *German Issue*, 2003, 528쪽.
- Krämer, S., & Bredekamp, H., Culture, Technology, Cultural Techniques—Moving Beyond Text1. Theory, *Culture & Society*, 30(6), 20-29, 2013, 27쪽.

A Study on Aspects and Values of Hangeul Contents Made of Letters

— Focused on Smart Mobile

Kwon, ji-Hyuk

The purpose of this study is to examine aspects of Hangeul contents using letters as materials, and to discuss values of the Hangeul contents, focused on smart mobile. The letters as materials of the Hangeul contents, figuration and functions of letters were discussed in this study. And aspects and values of the Hangeul contents on smart mobile were examined. The result of this study is as follows. The Hangeul contents based on mobile aimed for education, amusement, practicality, and artistic value. The Hangeul contents aiming education and practicality have emphasized the aspects of perception, and those aiming amusement and artistic value have emphasized the aspects of sense and perception concurrently. Also the Hangeul contents placing emphasis on education and practicality have been pursued economic values, and those placing emphasis on amusement and practicality have been pursued public values. Based on this results, this study suggests the Hangeul content itself, not contents with Hangeul, or Hangeul with contents.

key word : Hangeul Contents, Letters, figuration of letters, Smart Mobile

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