

# 웹사이트에서 보여지는 우리민족의 공동체 문화

## Communal culture of our nation seen from website

김기섭

동서대학교 디지털디자인대학원

Kim, Ki-Sup

Graduate school of Digital Design. DSU

이진호

동서대학교 디지털디자인학부

Lee, Jin-Ho

Dept. Digital Design. DSU

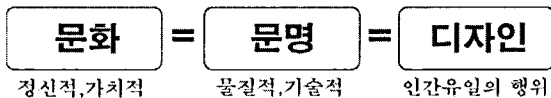
• Key words: Web site, korean nation, culture, Onlie , Internet,

### 1. 서론

문화[culture,文化]란 인류가 유사 이래 쌓아 올린 지식, 신앙, 예술, 도덕, 법률, 관습 등이 역사와 사회의 발전 속에서 학습되어 이어져 내려온 것으로서 철학, 예술, 과학, 종교의 다양한 형태로 일컬어지고 있다. 문화인류학에 따르면 인간의 창조적 활동을 통해 이룩한 복합적 문화가 모여 문명이 발전 및 축적된다고 본다. 문화는 문명에 의해 전달된다고 할 수 있으며 문명의 실체는 디자인의 정의와 부합된다고 할 수 있다. 디자인의 학문적 정의가 비록 서양에서 비롯되었고 현대 디자인의 중심을 이루고 있지만 우리 한민족의 민족적, 지역적, 역사적 환경을 바탕으로 서양의 문화보다 우수한 문화적 가치가 존재함을 인식할 필요가 있다. 특히 한민족의 공동체문화-향약, 두레, 계, 놀이문화-가 오늘날의 디자인영역에 많은 영향을 끼쳤다는 것은 주지의 사실이나 논리적으로 증빙된 자료는 아직은 미비한 실정이다.

이에 본 연구는 시대적 트렌드로서 우수한 매체로 인정받고 있는 Web site에서 보여지는 우리민족의 공동체문화에 대해 조사, 분석하고자 한다.

### 2. 문화와 디자인의 관계



[그림 1] 문화와 디자인의 관계

문화는 유전되어 내려오는 생물학적 경험이 아니고 학습에 의해 집단을 형성한 단체로부터 습득되고 전달되어진 행동의 생활방식으로써 현재는 인류만이 지니고 있는 집단 사회적인 행동양식을 통칭하고 있다. 학습을 통해 형성되고 지속되어 내려온 문화를 포함하여, 현재는 이미 사라졌거나 존재하고 있지는 않지만 어떤 형태로든 남아있는 인류의 발자취(고대유적)또한 "디자인"이라는 인류만의 행위로 전달되어졌다고 볼 때 "문화" 전달의 대표적인 표현 양식이 "디자인"이 아닐까 한다. 이것은 바로 문화와 디자인과의 밀접한 관계를 보여준다. 디자인은 항상 인간의 의식적인 노력으로 구체화되는 실체의 세계인 것이다. 인간이 의미 있는 것을 실체화하기 위해서 의도적으로 노력해온 결과가 인간의 생활이고, 문명의 세계이며, 따라서 생활의 실체, 문명의 실체가 곧 디자인의 세계인 것이다. 그러므로 디자인활동 또한 인류문명, 즉 문화인류학에 입

각한 복합문화(문화의 복합체)의 큰 단위로서 파악한 문명의 개념으로 이해될 수 있으며 이 문명 또한 문화의 물질적, 기술적 소산으로 볼 수 있는 것이다.

### 3. 우리민족의 공동체 문화와 웹 사이트

한국문화가 가진 민족성, 지역성은 시간의 흐름을 통해 정치, 사회로 대변되는 역사성을 통해 한민족의 습관으로 이어 내려왔고 변천되어왔다. 한반도라는 지정학적 특색은 다양한 문화를 충돌시키는 최적의 요소임을 알 수 있다. 문화가 인류 생활양식의 디자인적인 기록이자 문명이라는 전제하에 세계적으로 인정받고 있는 인터넷 매체에서 그 디자인에 미친 공동체 문화의 요소를 분석해 보기로 한다.

우리민족의 공동체 문화의 형태로는 서로 어울리기를 좋아한다는 것이다. 노래하고 춤추고 서로 즐기기를 좋아하며 좋은 일을 같이 기뻐하고 나쁜 일은 같이 슬퍼하는 공유문화의 정신을 가진 것이다. 굳이 2002년 월드컵을 논하지 않더라도 단 한 가지 목적만으로 그렇게 많은 인간이 열광할 수 있었던 것은 우리민족만이 가진 정서 때문이라고 할 수 있는 것이다. 이러한 "어울림"을 통한 공동체적 집단문화공유의 정서는 먼저 주거문화의 특징에서도 알 수 있다. 아파트문화가 중산층의 삶의 상징으로 대두되고, 전 세계에서 이렇게 많은 인간이 한 건물에 살아가는 문화를 형성한곳은 우리나라밖에 없다고 한다.

[표 1] 국내 공공주택 보급률

| 연도              | 총 가구수      | 아파트/연립    | 보급률   |
|-----------------|------------|-----------|-------|
| 2000<br>(인구센서스) | 11,472,300 | 5,479,700 | 47.8% |

혹자는 이것을 하향 평준화된 주체성 없는 따라하기 문화라고 불리우는 경우도 있지만 이것이야말로 우리문화이고 우리민족의 집결성과 공유성이다. 아파트가 비록 개인주의의 극치를 이룬 획일화된 구조로 시작되었지만 우리는 현재 그것을 극복하고 맞춤형, 선택형, 고급형으로 진화되고 있음을 알 수 있다. 이것은 뒤집어 말하면 지역적, 사회적, 역사적 문제점을 스스로 받아들이고 자신의 문화와 융합하여 새로운 방향으로 인식 발전하는 순기능을 하는 것은 아닌지 생각해볼 필요가 있다. 인터넷 매체와 관련하여 주거문화의 특징에 대해 서술한 것은 우리나라 인터넷확산의 진정한 공로자는 아파트보급이라고 할 수 있기 때문이다. 이렇게 공동체문화를 기반으로

하는 밀집된 거주 문화는 인터넷 보급을 위한 최대한의 환경을 제공함으로써 보다 빠른 온라인사회의 구축을 가져왔음을 알 수 있는 것이다. 세계의 웹사이트유형을 지역별로 볼 때 미국의 웹사이트 디자인 경향은 사진보다는 텍스트 위주로 구성되어 있고 간결하고 단순한 템플릿 레이아웃에 최소한의 사진과 단순화되고 어두운 컬러로 대단히 합리적인 구조를 하고 있다. 이것은 인터넷 접속자의 환경을 고려한 저속인터넷 환경하의 웹사이트로써 단순화된 디자인의 극치를 보여주며 지극히 사적인 성향의 홈페이지(블로그 유형)가 주로 운영되는 개인주의적인 경향을 보인다. 그에 비해 유럽의 디자인 경향은 조금 나은 편이다. 유럽은 미국과는 달리 이미지를 많이 사용하고 텍스트를 줄이기는 하였으나 컬러에 있어 미국과는 차별화된 밝고 화려한 컬러를 선호하며 민족적이고 단체를 상징하는 문양과 로고를 형상화하여 구성하는 경우가 많다.

[표 2] 지역별 웹사이트 디자인 유형 [세계100대 웹사이트中]

|    | 이미지 | 텍스트 | 이모티콘 | 레이아웃 유형별 수 |
|----|-----|-----|------|------------|
| 미국 | 20% | 75% | 5%   | 4개         |
| 유럽 | 30% | 60% | 10%  | 7개         |
| 한국 | 40% | 45% | 15%  | 18개        |

현재 우리나라의 온라인매체의 특징으로는 빠른 인터넷 속도를 기반으로 하는 동영상(플래시)이미지는 거의 기본으로 하고 사용자의 편의성을 위한 인터랙티브 기능과 지루한 텍스트의 양을 줄이기 위한 각종 이모티콘을 배치하여 사용자의 흥미를 유발하고 다양한 레이아웃과 조화로운 컬러의 사용으로 이용자의 눈을 끌어 잡는 유례 없는 독특한 디자인 발전을 이루고 있다. 특히 다음카페, 싸이월드, 네이버, 블로그 등의 등장은 앞서 언급하였던 문화 공유적 기능을 수행하는 온라인매체의 선두로써, 인터넷보급에 일등공신인 "아파트"의 특성마저 가지고 있는 개인 분양형 미니 홈페이지이다.

#### 4. 싸이월드에 나타난 공동체 문화

회원수 상위 website를 중심으로 실례를 들어 분석해보았다. 싸이월드의 경우 실제 아파트보다 더 빠른 보급속도와 위력을 가지고 온라인사회를 뒤흔들고 있는데 홈페이지를 만들 줄 모르는 비전문가라도 자신의 콘텐츠만 있다면 이미 제작 임대된 홈페이지공간에 입주하는 형식으로 자신만의 집을 쉽게 소유하는 아파트와 같은 특성을 지니고 있다. 그 디자인에 있어서도 제작업체가 이미 디자인한 기본 레이아웃을 선택하고 경제 원칙에 의거한 사이버머니(도토리)의 거래를 통해 새로운 아이템과 배경을 구입하여 이용자 스스로 자신만의 독자적인 공간을 다른 이와 차별되게 자신의 입맛에 맞게 구성하여 스스로를 표현(인테리어)하고 타인과 각종 콘텐츠 및 인맥정보를 공유할 수 있는 온라인 공동체를 만들고 있는 것이다. 특히 싸이월드는 미니홈페이지의 특징과 더불어 세계적으로 유행하고있는 블로그의 개념을 흡수하여 한국형 멀티 블로그로써 거듭나고 있다. 블로그는 인터넷을 의미하는 웹(web)과 자료를 뜻하는 로그(log)의 합성어인 웹로그(weblog)를 줄인 것으로

일기형식의 배열을 통해 자신의 일상을 기록하는 형태의 서비스가 많아 개인주의로 대변되는 미국형 커뮤니티의 전형으로 볼 수 있으나 싸이월드는 이러한 블로그 기능에 일촌맺기를 통한 인맥형성을 유도하고 공동의 취미와 관심사를 가진 사이 회원간의 클럽을 형성하여 온라인 공동체 문화를 구축한다. 또한 사이버머니인 도토리를 이용한 아이템의 상거래와 선물 교환을 통해 경제적 의미의 협조를 주고받는다. 특히 아바타와 자신의 사이버공간을 시각적으로 꾸미는 미니룸은 온라인 상에 공동의 거주공간과 모임을 디자인적으로 재구성함으로써 어울림의 공동체문화를 최대한 표현하였다고 생각한다. 이렇게 싸이월드는 개인 각각의 개성을 살리면서 공동체적인 사이트 운영을 할 수 있는 독특한 시스템을 가지고 있는 것이다.

[표 3] 공동체문화와 싸이월드의 유사점

| 공동체 문화 |             | 싸이월드         |              |
|--------|-------------|--------------|--------------|
| 항약     | 향촌사회의 자치규약. | 가입약관         | 운영 약관에 의한 통제 |
| 두레     | 공동작업, 인맥    | 일촌, 클럽       | 자신만의 조직형성    |
| 계      | 경제적 상호부조    | 도토리 (사이버 머니) | 아이템을 구입, 선물  |
| 거주문화   | 공동 거주       | 미니룸, 홈페이지    | 가상공간에 거주     |
| 놀이문화   | 공동 가무       | 쥬크박스         | 배경음악,선물      |

#### 5. 결론 및 향후 연구과제

한민족의 문화적 특성이 오늘날의 디자인 형태에까지 영향을 주고 있음은 앞으로의 디자인 경향의 개발에 있어서 최근의 트렌드 반영과 더불어 민족적 문화를 고려한 세심한 분석과 연구가 필요함을 알 수가 있다.



[그림 2] 공동체문화가 웹사이트에 적용된 흐름

우리민족이 가진 공동체적인 문화적 특성이 21세기 인터넷 문화 속에서도 자연스럽게 적용되고 있으며 앞으로 한국적 디자인을 분석, 연구, 개발하는데 있어서 반드시 고려해 볼 필요성이 있는 우리민족만의 문화적 특성이라고 생각한다. 아울러 민족전통의 역사적 가치관에만 집중하여 한국인 본연의 아름다움을 망각하고 편협된 시각으로 "한국의 미"를 바라보는 어리석음은 피해야 할 것이다.

#### 참고문헌

- 존 실리 브라운 외, 비트에서 인간으로, 기획출판 거름 2001
- 레스리 화이트, 문화의 개념, 일지사, 1990
- 크리스 젠크스, 문화란 무엇인가, 현대미학사, 1996
- 전자신문 통계자료 <http://www.etimesi.com>