

웹 디자인에서의 리미디어이션의 활용과 효용

Application and Effect of Remediation in Web Design

주저자 : 서현석(Seo, Hyun-seok)

동명정보대학교 정보대학원 컴퓨터그래픽학과

공동저자 : 서종환(Seo, Jong-hwan)

동명정보대학교 정보대학원 컴퓨터그래픽학과

1. 서론

2. 리미디어이션의 일반적 고찰

- 2-1 미디어
- 2-2 미디어이션과 리미디어이션

3. 웹 디자인에서의 리미디어이션

- 3-1 웹 디자인의 개념
- 3-2 웹 디자인에서의 시각적 구성요소
- 3-3 웹 디자인에 나타난 리미디어이션 유형 분석

4. 웹 디자인에서의 리미디어이션 활용 현황

- 4-1 설문을 통한 실태조사
- 4-2 전문가 심층 인터뷰

5. 결론 및 향후 연구과제

참고문헌

(要約)

현대 사회는 다양한 정보 기술들이 유기적으로 연결되고, 커뮤니케이션 테크놀러지의 급속적인 발전으로 인해 뉴 미디어의 디지털화가 이루어짐에 따라 고도의 정보화 사회가 현실화 되었다. 이러한 디지털 미디어 중에서도 웹의 등장은 가히 혁명적인 사건이라 할 수 있다. 단순히 텍스트만으로 구성된 서비스를 제공했던 웹에서 이용자나 사용자에게 이미지와 오디오, 동영상 등을 전달할 수 있는 웹의 발전은 새로운 경험을 제공하게 된 것이다.

이러한 발전이 가능하였던 것은 웹이 다양한 미디어를 리미디어이션 하는 것이 가능한 미디어적 특성을 가지고 있기 때문이다. 신문이나 잡지 등의 인쇄매체부터 TV, 오디오, 영화 등의 음향, 영상매체에 이르기까지 다양한 미디어들이 웹에 의해서 차용, 경쟁, 개선, 공격, 흡수의 형태로 리미디어이션 됨에 따라 우리는 각 미디어들의 특성을 웹이라는 한 가지 매체를 통해 누릴 수 있게 되었다.

본 연구는 미디어의 리미디어이션에 대한 이론적 고찰을 중심으로 웹 디자인에서의 리미디어이션에 대한 사례연구를 통해 이의 효용성을 파악하여, 효과적인 표현방법을 모색하고 향후 리미디어이션의 발전 방향에 대해 연구하였다.

(Abstract)

Modern society came to enjoy dramatically advanced information technologies by the digitalization of New Media with the improvement of communication technologies and interaction between various information system and technologies. New service by web, not only text but image, audio and moving image have opened new experience possible for us.

The development was possible because the web has characteristics of media making Remediation of various media possible. The web has remediated newspaper, magazines, TV, audio, movie by taking them, competing with them, attacking them and absorbing them. As a result, now we can enjoy various characteristics of different media at the Web.

This study is to look into the effectiveness of Remediation at web design through various case studies. This study also is to seek more effective methods of expressions in the web and future improvement direction.

(Keyword)

Web Design, Mediation, Remediation

1. 서론

현재 웹은 개방적 특성을 통해 다른 미디어를 재 구현함으로써 이들 미디어에 대한 사용자들의 욕구를 만족시킨다. 이러한 웹의 영향으로 인쇄 및 영상매체 등의 기존 미디어들은 더 이상의 독자적인 영역을 고집할 수 없는 상황이며, 이를 극복하기 위해 다양한 형태의 변화가 이루어지고 있다. 인쇄매체에서의 전체적인 페이지구조, 화면 레이아웃, 타이포그래피, 그래픽 이미지 등에서부터 영상매체에서의 스토리 텔링, 장면전환기법, 모션그래픽, 카메라 연출기법에 이르는 다양한 타 미디어적 요소들이 웹 디자인을 통해 리미디어이션(Remediation, 재매개)되고 있다. 상당수의 국내 웹 사이트에서 리미디어이션 적용 사례를 최소한 한 가지 이상은 쉽게 찾을 수 있을 정도로 다양한 리미디어이션 요소들이 빈번하게 활용이 되고 있으나 이에 대한 구체적인 논의나 명확한 이해가 부족한 실정이다. 이는 국내의 경우 아직 웹 디자인에서의 리미디어이션에 대한 이론적 정립이나 연구가 미흡하기 때문인 것으로 사료된다. 이에 본 연구에서는 이론적 고찰과 실태조사·분석을 통해 웹 디자인에서의 리미디어이션 활용의 효용과 가치를 검증하고 나아가 리미디어이션에 대한 디자인적 관점에서의 연구 기반을 마련하는데 그 목적이 있다.

2. 리미디어이션의 일반적 고찰

2-1. 미디어

미디어란 매체(媒體)·수단(手段)이란 뜻으로, 어떠한 물질 또는 정보를 전달하거나 표현할 수 있도록 해주는 커뮤니케이션 도구를 말하며 신문·TV·라디오·영화·잡지 등이 대표적인 미디어에 속한다.¹⁾

정보 통신 기술의 발전은 과거의 전통적인 미디어인 신문, 출판, 라디오, 텔레비전, 전화 등에 새로운 기능을 부여하거나 고 기능화 함으로써 여러 가지 새로운 미디어의 등장을 가능하게 했다. 이러한 뉴미디어들은 디지털 기술의 발전과 응용으로 통합하는 경향을 보이고 있다. 미디어의 융합 현상은 미디어 환경 변화의 가장 두드러진 특징으로 꼽을 수 있다.²⁾

2-2. 미디어이션과 리미디어이션

미디어이션(Mediation)이란 하나의 매체가 커뮤니케이션을 매개하는 것을 의미한다. 예를 들면 CMC(Computer Mediated Communication)이란 컴퓨터가 매개하는 커뮤니케이션이다. 우리가 매개된 문화라고 말하는 경우에는 어떤 매체가 매개한 문화, 즉 매체를 통해서 접하게 된 문화를 의미하는 것이다. 리미디어이션(Remediation)이란 뉴미디어가 이전의 구 미디어를 개조(Refashion)하는 것이다. 따라서 모든 미디어이션은 리미디어이션이라고 할 수 있다. 모든 미디어는 뉴미디어와 이전의 구 미디어 사이의 관계에서 고찰될 수 있기 때문이다. 그러나 모든 미디어이션은 리미디어이션이라는 주장에서 리미

디메이션이 미디어이션의 바꿀 수 없는 본질과 같은 것은 아니다. 단지 뉴미디어의 정체성을 수립하도록 작용하는 널리 퍼진 관습(Convention)이나 관행(Practice)으로 볼 수 있다.³⁾

리미디어이션 이론에서 논하는 미디어이션과 리미디어이션이라는 개념은 다음과 같은 세 가지 방법으로 설명을 요약할 수 있다.

첫째, 리미디어이션은 미디어이션의 미디어이션이다. 미디어이션의 각 행동은 미디어이션의 다른 행동들에 의존하기 때문이다. 미디어는 계속적으로 서로를 코멘트하거나 재생시키거나 대치시키고 있다. 미디어는 조금이라도 미디어로 기능하기 위해서는 서로를 필요로 한다.

둘째, 리미디어이션은 미디어이션과 현실을 분리시킬 수 없다. 모든 미디어가 리미디어이션 사이클에서 다른 미디어에 의존하고 있지만 모든 미디어는 그 자체가 실제적인 것(the real)이다. 미디어를 제거하지도 못하는 것처럼 실제적인 것도 제거하지 못한다.

셋째, 리미디어이션은 개혁(Reform)이다. 리미디어이션의 목적은 타 미디어를 개조하거나 복원하는 것이다. 게다가 모든 미디어이션은 실제적이고, 또한 실제적인 것의 매개이기 때문에 리미디어이션이란 현실을 개혁하는 과정으로 이해될 수 있다. 리미디어이션 이론은 이중 논리를 갖고 있는 것이 특징이다. 하나는 투명한 즉시성(Transparent Immediacy)이고, 다른 하나는 매체 상기성(Hypermediacy)이다. Bolter와 Grusin은 이것을 리미디어이션의 두 가지 전략이라고 부른다. 투명한 즉시성이란 그림을 그리는 캔버스, 사진, 영화 등과 같은 매체의 현재성(Presence)을 보는 사람이 있도록 만드는 시각적 표현 스타일을 의미한다. 반면에 매체 상기성은 보는 사람으로 하여금 그 매체를 상기하거나 인식하도록 만드는 시각적 표현 스타일을 뜻한다.

1) 투명한 즉시성(Transparent Immediacy)

구 미디어뿐만 아니라 뉴미디어가 투명한 즉시성을 달성하기 위해서 사용해 왔고 지금도 사용하고 있는 테크닉은 선행적 원근화법, 지우기(Erasure), 자동성(Automaticity) 등이다. 뉴미디어는 그 밖에 가상현실과 디지털 그래픽을 덧붙일 수 있다.

2) 매체 상기성(Hypermediacy)

즉시성이 매체 사용자의 존재를 지워버리거나 표현 행동을 자동적으로 만든다면, 매체 상기성은 표현 행동의 다양성을 인정하고 그것을 가시적으로 만든다. 즉시성이 통일된 하나의 시각적 공간을 제공한다면, 매체 상기성은 다양한 이질적 공간들을 제공한다. 오늘날 매체 상기성은 WWW, 데스크톱 인터페이스, 멀티미디어 프로그램, 비디오게임 등과 같은 디지털 미디어에서 윈도우화한 시각적 표현 방식으로 나타나고 있다.

1) 두산대백과사전

2) 이종탁: 미디어 컨버전 현상속에 등장한 원맨비디오 저널리즘에 관한 연구, 경일대학교 산업대학원, 42-45, (2002).

3) Jay David Bolter & Richard Grusin : Remediation, Understanding New Media, Cambridge Mass The MIT Press, 1999.

3. 웹 디자인에서의 리미디레이션

3-1. 웹 디자인의 개념

웹 디자인이라 함은 사이트 전체를 디자인하는 것을 의미하는 것으로 웹에서의 디자인은 엄밀하게 따지자면 시각적으로 보여지는 부분만을 의미하는 것이 아니라 전체적인 구조와 사용자와의 상호 커뮤니케이션까지 포함하는 것을 말한다.

웹 디자인은 단지 화면상에 정보를 배달하거나 프리젠테이션하는 것만이 아니라, 사용자가 체험한 전부를 디자인하는 것이다. 이는 사용자가 자신이 생각하고 어떤 문제를 어떻게 작동시킬 것인지와 같은 심리적인 면과 멀티미디어가 사용자의 반응에 부여하여 움직이는 것과 같은 다양한 이슈를 포함하고 있다.

3-2. 웹 디자인에 나타난 리미디레이션 유형 분석

웹 디자인에 나타난 다양한 매체로부터의 리미디레이션 유형에는 여러 가지를 예로 들 수 있다. 본 연구에서는 웹 디자인에 활용되는 매체들을 그 특성에 따라 크게 인쇄매체와 영상매체, 음향매체로 구분한 후 그 중에서도 인쇄매체와 영상매체의 특징할 만한 리미디레이션 요소를 <표 1>에 제시된 바와 같이 분류하였고 대표적인 사례들을 중심으로 분석하였다.

[표 1] 매체에 따른 웹 디자인에서의 리미디레이션 유형

구분	적용분야	리미디레이션 요소	
		구조적 요소	표현 스타일적 요소
인쇄매체	신문, 잡지, 포스터, 카탈로그 등.	전체적인 페이지 구조, 화면 레이아웃	타이포그래피, 그래픽 이미지, 종이질감
영상매체	영화, TV, 애니메이션, 뮤직비디오 등.	내러티브적 요소	표현 스타일적 요소
		장면전환 기법, 스토리 텔링	미장센(동영상의 화면구성), 모션그래픽, 카메라 연출기법
음향매체	Voice, Music, Sound Effect 등.	사운드 충실도 (Sound Fidelity)에 따른 요소	사운드 재생시점 (Sound Location)에 따른 요소
		사실적 사운드 (Real Sound), 비사실적 사운드 (Unreal Sound)	동시성 사운드 (On Screen Sound), 비동시성 사운드 (Off Screen Sound)

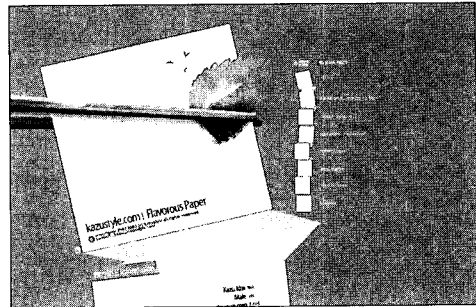
1) 인쇄매체 기반 리미디레이션

인쇄매체의 편집디자인은 가장 오래된 커뮤니케이션 수단 중에 하나이며 웹은 디자인적 표현에 있어서 상당한 부분을 인쇄매체를 통해 학습하고 차용해왔다.

① 구조적 요소

- 전체적인 페이지 구조

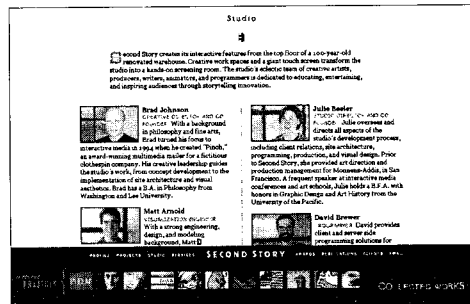
인쇄매체에서의 전체적인 페이지 구조는 책처럼 한 장 한 장 넘길 수 있거나, 브로슈어처럼 한 장으로 연결된 구조를 가지고 있다. 웹 디자인에서는 이러한 인쇄매체의 전체적인 페이지 구조를 리미디레이션 함으로써 즉시성을 구현할 수 있다.



[그림 1] 인쇄매체의 전체적인 페이지 구조의 예
www.kazustyle.com

· 화면 레이아웃

인쇄매체의 화면 레이아웃 또한 웹 디자인에서 종종 볼 수 있는 리미디레이션 요소이다. 아래의 사례에서는 2단으로 화면을 구성해 오프라인의 신문, 잡지와 같은 형태의 레이아웃을 구현했다.

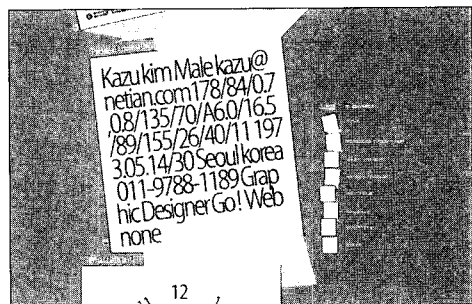


[그림 2] 인쇄매체의 화면 레이아웃의 예
www.secondstory.com

② 표현스타일적 요소

· 타이포그래피

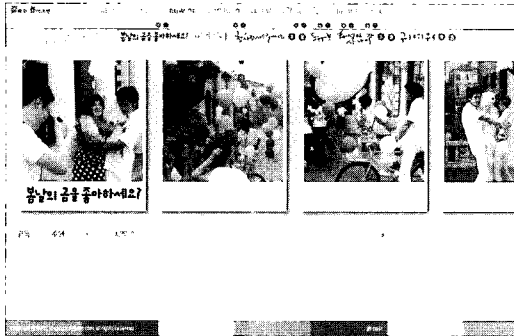
타이포그래피는 인쇄매체가 가지고 있는 매력중의 한 요소라고 볼 수 있다. 아래의 사례에서는 웹 디자이너가 자신에 관한 일반적인 데이터를 타이포그래피를 활용하여 표현함으로써 다소 지루할 수 있는 주제를 재미있게 표현하였다.



[그림 3] 인쇄매체의 타이포그래피의 예
www.kazustyle.com

· 그래픽이미지(사진이미지, 일러스트레이션, 그래픽 심벌)

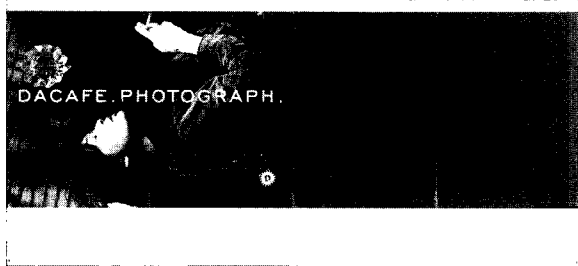
인쇄매체는 시각에 의존하는 매체이기 때문에 여러 요소 중 가장 주목성을 띠는 요소는 그래픽이미지라고 할 수 있다. 웹 디자인에서 또한 그래픽이미지는 가장 주목을 끄는 요소로 활용되고 있다. 아래의 사례에서는 실제 인화된 사진의 느낌을 주고자 사진과 같은 그래픽 이미지를 리미디이션 요소로 활용하였다.



[그림 4] 인쇄매체의 그래픽이미지의 예(사진이미지)
www.kksbom.com

· 종이 질감

인쇄물의 종이질감(Texture)과 형식을 직접적으로 표현한 사이트를 종종 볼 수 있다. 아래의 사례는 손 때 묻은 낡은 카탈로그를 스캔하여 인쇄물의 질감을 줌으로써 시각적인 즉시성을 구현하였다.



[그림 5] 인쇄매체의 종이질감의 예
www.dcafe.com

2) 영상매체 기반 리미디이션

대표적인 뉴미디어인 웹은 모션그래픽을 수용하고 있다는 점에서 기존의 영상매체와 많은 연관성을 가지고 있다. 웹에서의 모션그래픽 연출기법이 영상매체의 연출기법에서 많은 부분을 리미디이션 해 온 사례들은 쉽게 찾을 수 있다.

① 표현스타일적 요소

· 미장센(동영상의 화면구성)

영상매체에서의 미장센은 웹에 다양하게 응용될 수 있는데 예를 들어 화면을 분할하여 한 컷에 여러 장면을 보여주는 방법과 그리드로 나누어진 영역 속에서 동영상과 텍스트 등을 배치하는 화면 구성 기법 등을 들 수 있다. 아래의 사례에서는

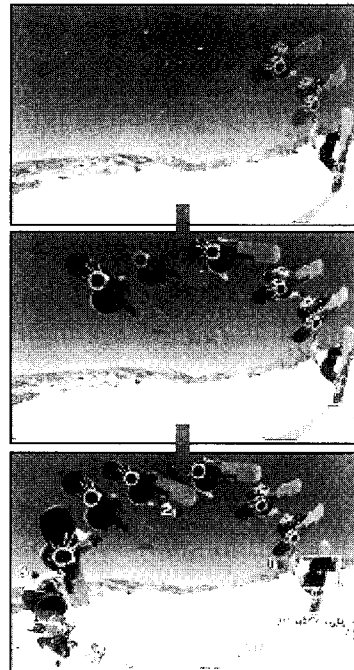
하나의 동영상 화면 안에 다른 하나의 동영상 화면을 구성하여 영상매체의 미장센을 리미디이션 하였다.



[그림 6] 영상매체의 미장센의 예
www.violencestudio.com/seouls/index.htm

· 모션그래픽

웹 사이트에서 흔히 볼 수 있는 플래시 모션그래픽은 영상매체에서의 영화 타이틀과 공통점을 가지고 있다. 효과적으로 영화의 내용을 암시하면서 관객의 몰입을 이끄는 영화 타이틀과 웹 페이지의 전체적인 분위기나 아이덴티티를 형성하기 위해 사용되는 플래시 모션그래픽은 서로 개조(Refashion) 할 수 있는 여지와 가능성이 풍부하다.



[그림 7] 영상매체의 모션그래픽의 예
www.nikefreestyle.com

· 카메라 연출기법

가끔 웹 사이트의 플래시 타이틀을 보면 전체 포커스를 의도적으로 흐릿다가 점차 포커스를 선명하게 맞추는 방법으로 시각적 집중효과를 이끌어 내는 경우가 있다. 이것은 피사계 심도(Depth of field)를 조절하는 카메라 연출기법으로 사진이나 영상에서 화면의 깊이를 더해 고급스러움을 강조한다.



[그림 8] 영상매체의 카메라 연출기법의 예
www.botticelli.co.kr

② 내러티브적 요소

· 장면전환 기법

웹상에서 리미디어이션 되는 영상매체의 장면전환은 시간적인 개념을 표현하기 보다는 장면 장면의 극적인 연출과 긴장감을 주려는 목적으로 자주 사용이 된다. 아래의 사례에서는 우(右)에서 좌(左)로 와이프(Wipe)되는 장면전환 기법으로 주의를 환기 시키고 있다.



[그림 9] 영상매체의 장면전환 기법의 예
www.ziozia.co.kr

· 스토리텔링

영상매체에서의 스토리 전개를 리미디어이션 하는 사례는 주로 영화 홈페이지에서 자주 볼 수 있는데, 아래의 사례 또한 영화의 발단부분을 스토리 텔링을 통해 제시함으로써 영화에 대한 이해를 돕는다.



[그림 10] 영상매체의 스토리 텔링의 예
www.hwangsanbul.co.kr

4. 웹 디자인에서의 리미디어이션 활용 현황

4-1. 설문을 통한 실태조사

본 실태 조사는 웹 디자인에서의 리미디어이션에 대한 설문을 통하여 리미디어이션 활용 시 웹 디자이너들이 어떠한 방법으로 아이디어를 구상하며, 어떠한 작업방법을 택하는가에 대해 조사하여 리미디어이션 활용에 대한 실증적 근거를 마련하는데 목적을 둔다. 조사대상은 성별, 연령, 지역에 관계없이 현재 국내에 활동 중인 웹 디자이너를 대상으로 하였다.

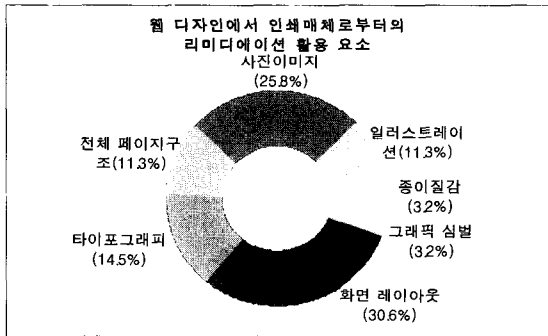
- 1) 조사기간 : 2003년 10월13일 ~ 11월12일
- 2) 조사 대상자 : 국내 웹 디자이너 31명
- 3) 조사방식 : 온라인 설문조사
- 4) 조사결과

사례연구 결과, 웹 디자인 기획이나 디자인 작업 시 인쇄매체에서 주로 활용하는 리미디어이션 요소로는 화면 레이아웃(30.6%), 사진이미지 등이 있었으며(25.8%), 영상매체에서 주로 활용하는 리미디어이션 요소로는 모션 그래픽(29.0%), 동영상의 장면전환(25.8%)등이 있었다.

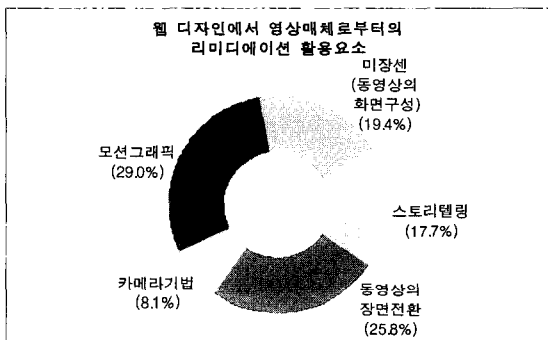
웹 디자인에서의 리미디어이션 과정에서 인쇄매체의 구조적 요소를 활용할 때 아이디어 구상 방법으로는 '타 사이트의 사례를 참조한다(45.2%)'가 가장 많았으며, '리플렛, 브로슈어 등을 참조한다.(27.4%)', '신문, 잡지 등을 참조한다.(17.7%)',

직관에 의존한다.(9.7%)'등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 웹 사이트에서의 페이지 구조나 디자인에 있어서 타 사이트에 대한 분석을 제외한다면 인쇄매체로부터 영향을 많이 받는다고 볼 수 있다. 또한, 이 방법을 주로 활용하는 이유는 '트렌드를 파악하여 시의 적절한 표현을 하기 위해서'라고 조사 되었다.

[표 2] 웹 디자인에서 인쇄매체로부터의 리미디에이션 활용 요소



[표 3] 웹 디자인에서 영상매체로부터의 리미디에이션 활용 요소

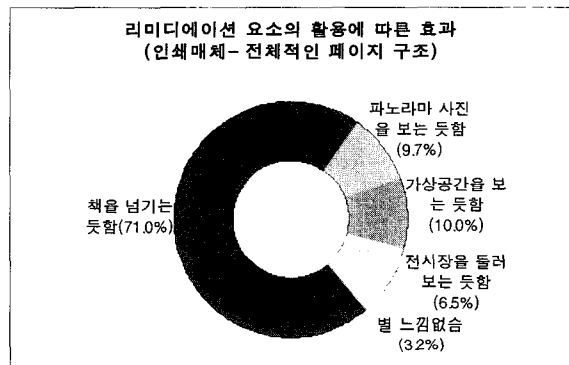


웹 디자인에서의 리미디에이션 과정에서 인쇄매체의 표현스타일적 요소를 활용할 때 아이디어 구상 방법으로는 '타 사이트의 사례를 참조한다.(41.9%)'가 가장 많았으며, '리플렛, 브로슈어 등을 참조한다.(29.0%)', '신문, 잡지 등을 참조한다.(16.1%)', '직관에 의존한다.(12.9%)'등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 웹 사이트에서의 디자인적 표현에 있어서 타 사이트에 대한 분석을 제외하고는 인쇄매체로부터 영향을 많이 받는다고 볼 수 있다. 또한, 이 방법을 주로 활용하는 이유는 '트렌드를 파악하여 시의 적절한 표현을 하기 위해서'라고 조사 되었다.

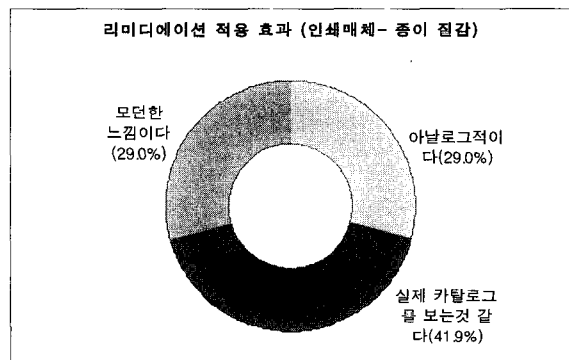
웹 디자인에서의 리미디에이션 과정에서 영상매체의 내러티브적 요소를 활용할 때 아이디어 구상 방법으로는 '영화·애니메이션의 스토리 전개를 참조한다.(41.9%)'가 가장 많았으며, '타 사이트의 사례를 참조한다.(33.9%)', '직관에 의존한다.(12.9%)', '만화, 소설 등을 참조한다.(9.7%)'등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 웹 사이트에서의 스토리 텔링이나 장면 전환 등의 표현에 있어서 영화·애니메이션 등의 영상매체로부터 영향을 많이 받는다고 볼 수 있다. 또한, 이 방법을 주로 활용하는 이유로는 '사용자들의 이해를 돕기 위해'라고 조사 되었다.

웹 디자인에서의 리미디에이션 과정에서 영상매체의 표현스타일적 요소를 활용할 때 아이디어 구상 방법으로는 '영화·애니메이션 등의 표현을 참조한다.(35.5%)'가 가장 많았으며, '타 사이트의 사례를 참조한다.(32.3%)', '직접 연출해 본다.(22.6%)', '직관에 의존한다.(8.1%)', '클라이언트, 동료들과 상의한다.(1.6%)'등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 웹 사이트에서의 모션그래픽이나 장면전환, 카메라 연출기법 등의 표현에 있어서 영화·애니메이션 등의 영상매체로부터 영향을 많이 받는다고 볼 수 있다. 또한, 이 방법을 주로 활용하는 이유는 '새로운 방법의 시도하기 위해서'라고 조사 되었다. 많은 디자이너들이 나날이 발전하는 웹 디자인의 트렌드를 파악하고 이에 부합하는 표현을 하기 위해 리플렛과 브로슈어, 영화, 애니메이션 등의 다양한 미디어들로부터 리미디에이션 요소를 찾다고 할 수 있다. 또한 독자적인 웹 디자인의 표현을 추구하고, 사용자들의 이해를 돕기 위해 늘 새로운 방법을 시도하는 것으로 조사 되었다.

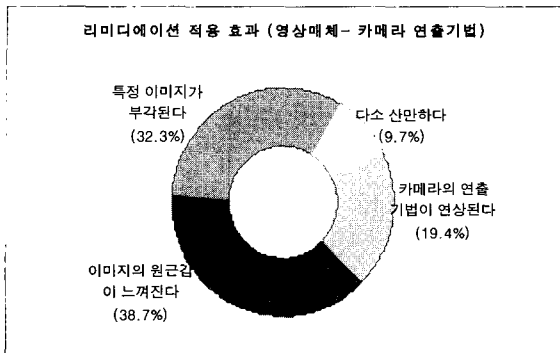
[표 4] 리미디에이션 요소의 활용에 따른 효과-1



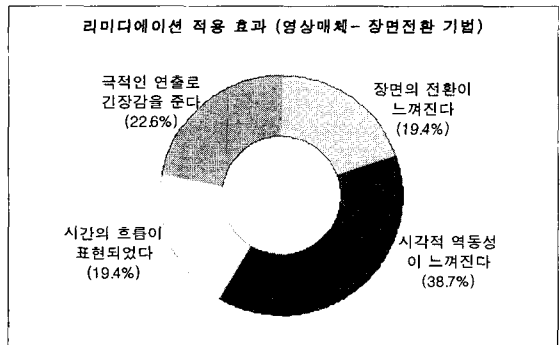
[표 5] 리미디에이션 요소의 활용에 따른 효과-2



[표 6] 리미디에이션 요소의 활용에 따른 효과-3



[표 7] 리미디에이션 요소의 활용에 따른 효과-4



4.2. 전문가 심층 인터뷰

본 심층 인터뷰는 웹 디자인에서의 리미디에이션 활용에 대한 심도 깊은 조사·분석을 통해 실증적 근거를 마련하고, 아이디어 구상 및 작업 방법의 구체적인 조사를 실시함으로써 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 활용과 효용성에 대해 고찰 하는 것을 목적으로 하여 실시하였다.

- 1) 조사기간 : 2003년 11월1일 ~ 11월15일
- 2) 조사 대상자 : 경력 3년 이상의 국내 웹 디자이너 3명

[표 8] 조사대상자

구분	경력	주요 실적
디자이너 A	3년	영화 '청풍명월', '황산벌', '낭만자객' 홍보 사이트
디자이너 B	5년	(주)CIMA Tech., Lacuisine 기업 사이트, Kasustyle 개인 사이트
디자이너 C	6년	OBZE, KALLA 사이트, 가수 '러브홀릭' 사이트

- 3) 조사방식 : 온라인 설문 인터뷰

4) 조사 결과

심층 인터뷰 결과 디자이너 A, B, C 모두가 리미디에이션에 대해 생소한 반응을 보였지만 다들 한번 이상 웹 디자인에 적용해 본 경험이 있다고 대답해 리미디에이션에 대한 명확한 이해 및 적절한 활용을 필요로 했다.

- 웹 디자인에서 리미디에이션 활용 시 아이디어 구상 방법

[표 9] 리미디에이션 요소의 활용 시 아이디어 구상방법

디자이너 A	주제와 콘텐츠에 부합되는 요소 선정
디자이너 B	리미디에이션 요소의 효과적인 활용방안 모색
디자이너 C	타 미디어의 장점을 극대화

또한, 리미디에이션 요소들 중 인쇄 매체의 각 요소들을 가장 많이 활용하며, 사이트의 컨셉이나 상황에 따라 여러 미디어의 다양한 요소들을 빈번하게 활용한다고 한다.

- 리미디에이션 요소의 활용 시 작업 방법이나 노하우

[표 10] 리미디에이션 요소의 활용 시 작업방법이나 노하우

디자이너 A	사용성 고려, 일관성 있는 표현 유지
디자이너 B	많은 시행과정을 통한 자신만의 아이덴티티 구축
디자이너 C	사이트의 성격과 콘텐츠에 부합하는 표현전략 실행

리미디에이션 활용을 통한 기대효과로는 새롭고 다각적인 표현에 의한 소구력의 강조에 의견을 모았다. 이는 사용자에 대한 강한 어필로 사용성을 증대시키는 효과를 가져다 줄 것이다. 리미디에이션 활용에 대한 스스로의 만족도에는 언제나 아쉽고, 체계적인 접근에 의한 활용이 필요하다고 사료되며 많은 경험이 필요하다고 했다. 향후 리미디에이션의 활용에 대해서는 세 사람 모두 최대한 적극적으로 활용할 의향이 있다고 밝혀 웹 디자인에서의 리미디에이션은 계속 활발히 이루어 질 것으로 생각된다.

- 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 앞으로의 전망

[표 11] 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 전망

디자이너 A	여러 분야의 웹 사이트에서 다양한 시도 예상
디자이너 B	인쇄매체의 지속적인 영향을 받을 것
디자이너 C	무분별한 활용이 우려되지만 좋은 방향으로 발전

5. 결론 및 향후 연구과제

정보의 다원화는 제공자와 수용자 간에 새로운 매체를 필요로 하게 되었고, 이러한 요구에 부응한 웹은 대중성을 바탕으로 새로운 지표를 설정하는 계기를 마련하게 된다. 웹이 새로운 커뮤니케이션 수단으로 급부상하면서 참신한 정보의 제공에 앞서 심미적인 웹 사이트의 요구에 따라 웹 디자인 분야는 거듭 발전을 해왔다. 초기의 웹 디자인은 인쇄매체의 영향을 받아 편집디자인의 형태를 띠고 있었으나, 최근에는 IT기술의 발전으로 신문, 잡지, TV, 음악, 영화, 게임 등 다양한 미디어들을 리미디에이션(Remediation, 재매개) 하는 것이 가능하게 되었다. 이러한 웹의 개방적 특성은 사용자들이 웹상에서 다른 미디어를 경험 할 수 있게 하였으며, 하이퍼미디어로서의 웹의

가능성은 나날이 발전하고 있다. 본 논문에서는 우선 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 이론적인 고찰을 하였으며, 실태 조사 및 전문가 심층인터뷰를 통해 리미디에이션의 활용에 따른 효용과 가치를 조사·분석 하였다.

먼저 실태조사에 따른 결과를 보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 웹 디자인에서 주로 활용하는 리미디에이션 요소로는 인쇄매체의 화면레이아웃, 사진이미지가 있었으며 영상매체에서는 모션그래픽, 동영상의 장면전환 등을 들 수 있다.

리미디에이션 과정에서 디자이너들은 시의적절한 표현과 사용성 증대, 독창적인 웹 디자인의 표현을 위해 타 사이트를 분석하는 것 이외에 인쇄매체, 영상매체로부터 아이디어를 얻는 방법을 취하고 있었다.

리미디에이션의 활용에 따른 각 요소별 효과로는 인쇄매체의 전체적인 페이지 구조에 대한 리미디에이션 사례에서는 정보 탐색의 편리성을 얻을 수 있고, 종이질감에 대한 사례에서는 매체에 대한 완성물의 느낌(질감)을 가질 수 있다는 것을 알 수 있다. 또한 영상매체의 카메라 기법에 대한 사례에서는 시각적 집중효과를 얻을 수 있고, 장면전환기법에 대한 사례에서는 시각적 역동성과 극적인 긴장감을 얻을 수 있다.

다음으로 세 명의 전문가에게 심층 인터뷰를 한 결과를 정리하여 아래와 같은 결론을 낼 수 있었다.

- 인터뷰 응답자 모두가 웹 디자인에서 리미디에이션을 활용한 경험은 있으나 명확한 이해가 부족하여 이에 대한 이론적 정립의 필요성을 알 수 있다.

- 웹 디자인에서 리미디에이션의 효율적인 활용을 위해서는 주제와 콘텐츠에 잘 부합되는 요소를 찾고, 그 특성을 극대화시키는 것이 중요하다. 그리하여 인쇄매체의 각 요소들이 웹 디자인 과정에서 많이 활용되고 있는 가운데 사이트 컨셉 등의 상황에 따라 여러 미디어의 다양한 요소들이 빈번하게 활용될 수 있다.

- 리미디에이션 활용에 있어서는 일관된 표현전략과 사용성을 고려하여야 하며, 자신만의 아이덴티티를 구축하고 사이트의 성격과 콘텐츠에 부합되는 표현이 무엇보다 중요하다. 이러한 리미디에이션의 활용을 통해 다각적인 표현에 의한 소구력 강조와 사용자를 향한 강한 어필로 사용성을 증대시킬 수 있었다.

앞으로도 웹 디자인은 인쇄매체 및 영상매체의 영향을 지속적으로 받을 것이며, 기존의 표현방식에 식상한 사용자들의 다양한 니즈(Needs)를 충족시키려는 웹 디자이너들의 노력이 있는 한 리미디에이션은 다양한 양상을 나타내며 발전을 거듭할 것이다. 또한 '모바일(Mobile) 신기술의 발전에 힘입어 개인 휴대용 무선 단말기에서도 다양한 미디어의 많은 리미디에이션 사례를 접하게 될 것이다. 본 연구는 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 명확한 해석과 이론 정립이 필요한 시점에서 이에 대한 실태조사와 심층 인터뷰를 통해 실증적 연구를 이루었고, 향후 웹 디자인에서의 리미디에이션에 대한 연구 기반을 마련했다는 점에 의의를 둔다.

본 연구에서는 다른 매체의 요소들이 웹 디자인의 리미디에이션 요소로 활용된 사례에 대해 연구를 하였으나, 기존의 미디어들과 뉴미디어 사이의 관계조명의 차원에서 향후 연구에서

는 웹 디자인의 요소들이 각 매체의 리미디에이션 요소로 활용된 사례에 대한 연구와 웹 디자인에서의 리미디에이션 과정에서 각 미디어들의 전이(轉移)형태에 따른 사례연구가 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- Jay David Bolter & Richard Grusin, Remediation : Understanding New Media, Cambridge Mass The MIT Press, 1999.
- Howard Rheingold, Virtual Reality, New York : Simon & Schuster, 1991.
- Mersdith Bricken, "Virtual World : No Interface to Design", in Michael Benedikt, Cyberspace : First Steps, Cambridge, Mess.: The MIT Press, 1991.
- Erwin Panofsky, Perspective as Symbolic Form, trans. Wood, Christopher S., New York: Zone Books, 1991.
- Jay, Martin, "Scopic Regimes of Modernity", in Foster, Hal(ed.), Vision and visibility(Seattle : Bay Press, 1988).
- Marshall McLuhan, Understanding Media : The Extension of Man(New York : New American Library, Times Mirror, 1964).
- 박기순, 인간,매체,커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스, 2000.
- 윤우중, 인터넷을 통한 정보인식 과정의 시각적 효율성에 관한 연구, 경기대학교, 2000.
- 박정현, Web환경에서 타이포그래피의 적용방법 중 캘리그래피 적용방안에 관한 연구, 디자인학 연구, 1999.11 Vol.12.
- 이화중, 인터페이스 디자인을 위한 그래픽 화면 구성요소, 디자인학연구, 1999, Vol.11.
- 박선의, 최호천, 비주얼 커뮤니케이션 디자인, 미진사, 1999.
- 안창호, 웹 디자인에 있어서의 시각적 구성요소에 관한 연구, 영동대학교, 2000.
- 원우현, 현대미디어 이론, 나남, 1991.