

# 기호학과 커뮤니케이션 연구

박 명 진

기호학에서는 커뮤니케이션을 목적으로 해서 이루어지는 영역 (예컨대 매스 미디어, 예술 등)뿐만 아니라 사회 생활의 모든 영역을 기호로 구성되는 커뮤니케이션의 체계로 개념화한다. 그러므로 사회과학의 여러 분야 중에서도 구조주의 기호학의 선구자격인 레비-스트로스 Lévi-Strauss의 영향이 컸던 인류학을 제외하고는 커뮤니케이션 분야에서 구조주의 기호학을 활용한 연구 작업이 가장 활발한 편이라고 할 수 있다. 여기서는 기호학이 커뮤니케이션 연구에 어떻게 적용되어왔으며 어떠한 기여를 하였는가, 앞으로의 전망은 어떤 것인가 하는 문제를 중심으로 살펴보고자 한다. 커뮤니케이션 연구에서 기호학의 활용은 꽤 광범위하게 이루어진 셈이지만 여기서는 커다란 줄기만을 따라 간략하게 소개하는 것으로 그친다.

## 1. 사회과학과 기호학

기호학이 커뮤니케이션 연구를 포함한 사회과학 전반에 끼친 영

향으로는 우선 상징, 의미, 의미 체계 등 심벌리즘의 연구를 사회과학적 분석의 중요 대상으로 다시 부각시켰다는 점이다. “다시”라는 말을 쓴 것은 심벌리즘의 연구가 사회과학에서 새로운 관심 분야로 등장한 것은 아니기 때문이다. 예를 들면, 막스 베버는 상징 체계와 종교 체계의 거시사회학적 비교 연구와 미시사회학적 전망을 결합하려 시도하였고 뒤르켐 Durkeim 등은 집단 표상 *collective representation*, 마르크스 계열의 연구 작업에서는 이데올로기의 사회적 기능이 중시되는 등 고전 사회과학에서는 상징 체계에 대한 연구가 비교적 중요한 부분을 차지해왔었다.

고전적 연구에서 상징, 의미, 의미 체계 등에 부여했던 중요성은 현대 사회과학의 전개 과정에서 양적 측정과 미시적 분석을 강조하는 미시적 사회과학 분야의 성장이 이루어지면서 몇몇 예외를 제외하고는 상대적으로 주변적인 문제로 밀려나게 되었던 것이다.

구조주의 기호학은 의미 상징 체계 등의 연구를 다시금 사회과학의 주요 관심사로 부각시킨 것뿐 아니라 그것의 사회적 중요성을 고전 사회과학에서보다 훨씬 더 폭넓게 파헤쳐주었다. 예컨대 언어 체계와 이데올로기, 사회 구성체 사이의 관련성, 인간 주체의 형성과 언어 체계간의 관련성 등에 대한 규명을 통해 사회 구조나 그 역학의 문제에 있어서 상징 체계가 차지하는 중추적 위치를 고전 사회과학에서보다 더 잘 드러내주고 있다고 할 수 있다. 즉 기호학은 상징 체계의 연구에 있어서 연구 영역의 확장과 아울러 새로운 분석적 도구를 제공해줌으로써 종래의 연구가 가지고 있었던 커다란 빈틈을 메꾸어줄 수 있게 된 것이라고 할 수 있다.

## 2. 사회과학에 대한 기호학의 기여

기호학은 커뮤니케이션 연구를 포함하여 사회과학 방법론상의 가장 중요한 쟁점이라고 할 수 있는 객관성/주관성의 대립의 문제를 극복할 수 있는 가능성을 제공해주었다.

전통적 사회과학의 패러다임은 바그너 H. Wagner의 분류 방식을 따르면 실증주의적 *positivist*, 해석적 *hermeneutic*, 그리고 평가적 *evaluative* 패러다임으로 나눌 수 있다.

분석의 주제, 분석의 방법을 기준으로 해서 볼 때 기존의 사회학적 이론들은 '실증적' 사회학의 범주에 기능주의적·행태주의적 연구들이 포함되고 베버, 상징적 상호작용론, 현상학적 연구들이 '해석적' 사회학에 마르크스주의적 연구와 기타 사회 개혁적 연구들을 '평가적' 사회학의 범주에 분류할 수 있다.

객관성의 패러다임으로 볼 수 있는 행태주의자·실증주의자들 등은 주체의 객체로부터의 분리를 객관적 설명이 가능한 사전 조건으로 본다. 사회과학적 대상은 자연과학적 대상이나 마찬가지로 관찰자의 정신으로부터 독립되어 그 자체의 고유한 값을 가지고 있는 것으로 보며, 객관적이라는 것은 사회과학적 자료들을 '거기에 주어져 있는 대로' 읽는 것을 의미한다. 대상에 대한 감각적 경험을 토대로 해서 그로부터 규칙성을 찾아내고 그것을 과학적 법칙으로 구축하고자 한다.

주관적 패러다임의 경우는 실증주의와 달리 사회과학의 특수성을 강조하여 자연과학적 방법이 사회 현상에 무리없이 적용될 수 있다는 방법적 일원론을 거부한다. 자연 현상과 사회 현상이라는 인식 대상의 근본적인 차이를 인정하고 사회 현상은 의미 현상이고 이해의 대상이라는 점, 그래서 사회 현상에 대한 지식은 인식하는 인간 의식의 대상에 대한 직관에 의존한다는 점을 강조한다.

사회 현상에는 의미·가치의 문제가 개입되어 있고 특정인의 경험  
이 그 대상들을 만들어낸 것으로 보기 때문에 사회과학의 분석 대  
상은 주관적인 의미여야 한다는 것이다.

평가적 패러다임은 객관적 패러다임이 요구하는 '가치 중립성'  
에 대한 반대로 특징지어지며 이념적 전제의 기초 위에 성립된다.

구조주의 기호학은 객관적 주관적 두 가지 패러다임에 모두 문  
제점을 지적한다. 전자의 경우에는 이것이 가지고 있는 주체·객  
체 사이의 철저한 분리와 경험주의적 편견을 문제삼는다. 앞의 대  
한 관점은 대상과 앎의 주체 사이의 분리가 불가능하다는 관점에  
기초해 있다. 사회과학의 자료가 경험적 토대를 갖고 있는 경험적  
지식에서 출발은 해야 하나, 어떤 경험적 자료도 형식적 모델을  
구축하지 않고는 그 자체만으로는 이해될 수 없다는 관점에서이  
다. 즉 지식은 단순한 지각적 현실의 단순한 복사가 아니라 재구  
성의 작업이 된다.

주관적 패러다임에 대해서도 동의하지 않는다. 사물의 파악에  
있어서 개별적 주관성의 작용을 부정하지는 않으나 그것은 의식  
주체의 생산물이 아니라 구조의 산물로 보기 때문에 주관적 의미  
자체를 액면 그대로 고려하는 것은 무의미하고 적절한 분석적 대  
상으로 볼 수 없다는 견지에서이다.

구조주의 기호학에서는 사회과학에서 흥미를 가져야 할 부분이  
사회적 현상의 관찰 가능한 양상도 아니고, 그것에 대한 주관적·  
의식적 의미도 아니며 그 영역 모두의 밖에 있는 '구조적 의미'가  
된다. 그러므로 관찰 가능한 사실들이나 의식적 의미 밑에 깔려  
있는 논리 즉 '구조'라고 바꾸어 말할 수 있는 이 개념은 분리, 고  
립 가능한 하나의 실체로서 실증주의적 객관성은 아니면서도 개인  
적 사변의 소산은 아니다. 그렇기 때문에 기존의 사회과학에서 대  
립 관계에 있는 주관/객관의 이분법을 뛰어넘을 수 있는 개념으로  
간주될 수 있는 것이다.

### 3. 기호학과 미디어 연구

80년대 이후 미디어 연구에서 중요한 연구 경향의 두 산맥은 정치경제학적 연구와 다른 한편으로는 구조주의, 문화론적 연구라고 할 수 있다. 전자의 경우는 사회적 토대가 문화에 작용하는 방식, 혹은 문화 생산의 경제적 토대를 통해 문화의 기능을 보고자 했다면, 후자는 반대로 문화가 사회에 작용하는 방식을 밝히고자 하는데 초점을 맞춘다.

이 범주에 속하는 연구들은 대체로 문화의 상대적 자율성을 인정하며 문화적 텍스트의 분석에 역점을 두고 있는 데서 공통점을 보인다.

문화는 현실의 표상 *representation*을 통해 사회 현실에 대한 인식을 구축해냄으로써 이데올로기 생산과 재생산의 수단으로 작용하게 된다는 입장에서 그것이 기존의 불평등 관계를 강화하고 기존의 구조적 모순을 재생산하는 데 기여하는 방식을 밝히고자 한다.

이 후자의 연구에 중추적인 연구 방법론으로 활용된 것이 구조주의 기호학이다.

주된 연구 대상이 된 것은 미디어 텍스트였다. 그렇기 때문에 구조주의 기호학은 초기에 앵글로색슨 지역의 커뮤니케이션 진영에서 경험주의적 연구 계열의 내용 분석 *content analysis*을 대신하는 방법으로서, 내용 분석보다 좀더 세련된 그러나 주관성이 많이 게재되는 의심스러운 방법으로 인식되었던 것도 사실이다.<sup>1)</sup>

---

1) 그러나 내용 분석의 경우는 사회와 문화와의 관계, 분석의 목적, 접근 방식에서 근본적인 차이를 드러낸다. 이것은 문화적 텍스트를 사회를 반영하는 반영론적 시각에서 보기 때문에 분석의 목적은 특정 텍스트가 사회를 제대로 반영하고 있는가의 확인이 된다. 그것을 위해 텍스트의 내용을 구성하는 의미 단위들을 수량 자료가 되는 것은 사회 조사 등을 통해 모은 통계 자료 등이 된다. 반면에, 기호

텍스트가 아닌 커뮤니케이션 현상, 미디어 제도 등에서는 그러한 현상이나 제도들을 구성하는 요소들 사이에 내재하는 기본 논리가 탐구의 대상이 된다. 이 논리가 바로 구조라고 명명되는 것이다.<sup>2)</sup>

### I. 바르트, 에코 등 프랑스-이태리 계열의 기호학 방법론

이 접근 방식에 속한 연구들은 바르트, 에코 등이 개발한 구조주의 전기에 속하는 기호학적 방법론과 프로프 Propp, 레비-스트로스 등의 서사체 분석 방법을 원용해서 커뮤니케이션 텍스트, 혹은 대중 문화의 텍스트 분석에 역점을 두고 있다.

바르트로 대표되는 전기 기호학의 주요 관심사는 커뮤니케이션 텍스트, 대중 문화의 텍스트에 내재해 있는 이데올로기의 정체를 밝혀내는 것이었다. 전기 기호학이 이념학이라고 불렸던 이유가 여기에 있다.

이 계열의 연구 방법을 가장 상세히 설명해주는 것은 역시 바르트가 쓴 『신화지 *Mythologies*』라고 할 수 있다. 그는 자신이 구축한 방법론적 입장에서 대중 문화를 분석하여 칼럼으로 발표한 짧은 글들을 이 책 속에 모아놓고 있다. 바르트는 이 책을 통해 비로소 구조주의를 단순한 사조가 아니라 사회과학적·인문과학적 대상의 기능이나 존재의 규칙을 드러내보이기 위해 사용할 수 있는 방법

---

학적 분석의 경우는 텍스트를 사회에 대한 반영이 아닌 적극적인 발언의 행위로써 세상을 이해하고 파악하고 인식하는 방식을 규정짓는 논리를 내포하고 있는 것으로 본다. 그러므로 바로 텍스트의 내용을 구성하는 논리, 바꾸어 말하면 어떤 대상에 의미를 부여하는 데 작용하는 체계적 논리-의미 체계를 찾아내는 작업이 분석의 과정이 된다. 이것이 이데올로기가 된다.

- 2) 예컨대 뉴스 가치를 규정하는 제도화된 관행에 대한 분석은 그것을 규정하는 여러 가지 기준에 공통되게 내재해 있는 논리를 찾아냄으로써, 뉴스 가치를 지배하고 있는 이데올로기를 밝히고 나아가서는 미디어 체계의 조직 원리와 구성 원리를 밝혀내게 된다.

론으로서 정립해주었다고 할 수 있다.

바르트가 소쉬르 Saussure의 이분법적 기호학, 예컨대 기표/기의, 형태/본질, 랑그/파를, 공시적/통시적 등 이분법적으로 기호와 기호의 특성을 설명하는 방법을 계승하고 있는 데 반하여 에코의 기호학은 퍼스 Peirce의 삼분법적 기호학(기호를 기호 *sign*, 대상 *referent*, 해석체 *interpretant*의 삼각 체제로 설명하는 이론)을 계승하고 있다는 데서 근본적인 차이점을 보인다. 두 기호학의 가장 중요한 차이점은 소쉬르의 기호학이 기호를 기표와 기의의 결합이라고 보는 데 반해 퍼스는 기호-대상에다 이 둘을 연결하는 해석체라는 새로운 항을 삽입시킴으로써 기호에 시간의 개념을 도입할 수 있는 가능성을 열어주었다는 데 있다. 이는 소쉬르의 기호학이 기호의 분석을 정태적인 것으로 제한할 위험이 있었던 데 비해 보다 역동적인 기호의 측면을 분석할 수 있게 해주었다고 볼 수 있다. 이것은 시간의 축이 중요한 요소인 사회과학에서는 상당히 중요한 문제였다. 그렇기 때문에 커뮤니케이션 연구에서는 순수한 바르트식의 연구보다 에코가 더 선호되었다고 할 수 있다.

오늘날 영국, 미국 등지에서 생산되는 많은 문화론적 연구 계통의 연구서들, 예를 들어 광고·뉴스 등 미디어 텍스트 분석에 관한 입문서들의 첫 부분에서는 기호학의 기초 개념들과 방법론이 간략히 소개되고 있는데 그 내용들은 거의 모두가 바르트와 에코를 결합해놓은 것으로 퍼스에 의해 소쉬르를 보완해놓은 것이라 할 수 있다.

## II. 서사체 이론

프랑스-이태리 기호학 계열에서 또한 커뮤니케이션 연구에 유용한 틀을 제공해준 것은 서사체 이론 *narratology*이다. 프랑스-이태리 구조주의자들은 러시아 형식주의자인 프로프의 러시아 민담 분석 모델에 구조주의 방법론적 요소들을 결합시켜 서사체 분석 방

법들을 개발해냈고 그 대표적인 것이 레비-스트로스와 그레마스 Greimas의 분석 모델이다. 레비-스트로스의 모델은 그의 저서 『구조인류학』에 잘 소개되어 있으며 여기서 그는 오이디푸스 신화에 그것을 적용시켜 분석하고 있다.

행위자 모델이라고 불리는 그레마스의 모델은 프로프와 레비-스트로스를 결합 발전시킨 것이랄 수 있는데 문학에서와는 달리 미디어 텍스트의 경우는 비교적 단순한 모델이 원용되고 있다.

서사체 이론가들은 서사체가 사회적 삶의 모순을 표상해주며 그와 함께 그 모순을 해소 혹은 해결하는 방식을 보여주고 있어 문화적 해석의 근거가 될 수 있다고 본다. 따라서 이 분석 모델들은 문화적 텍스트가, 사회내의 근본적인 정치적·경제적 모순을 상상적 해결의 투영을 통해 상징과 이념의 영역에서 해결해주는 방식을 밝히고자 한다. 이 방법들은 이데올로기 연구에서 만화·드라마·영화 등의 픽션물 연구뿐 아니라 뉴스·광고 등의 분석에도 많이 사용되었다

### Ⅲ. 비판적 언어학

비판적 언어학 *critical linguistics*은 이스트 앵글리아 East Anglia 대학의 언어학 사회학 문예비평 연구가들인 로저 호울러 Roger Fowler, 밥 핫지 Bob Hodge, 군터 크레스 Gunther Kress, 토니 트류 Tony Trew 등을 중심으로 이루어진 일련의 작업의 결과로 등장한 연구 방법이다. 이 연구자들의 공통된 목적은 언어와 사회의 관계를 개별 요인들 사이의 관계(예를 들어 집단 성별·연령 등의 인구통계학적 요인과 언어 사용의 관계)에 국한해 연구함으로써 언어 형태를 사회 구조와 연관지어 설명할 수 없었던 언어사회학의 협소함을 벗어나 언어 분석과 사회 분석의 결합을 시도한 것이었다. 그들은 이론적 배경으로 촘스키 Chomsky의 구조인류학적인 문화개념과 언어 능력에 대한 견해를, 방법론적 배경으로는 할러데이



M. A. K. Halliday의 체계-기능적 언어학 등을 바탕으로 해서 수용하고 있다. 이들은 언어가 사회 성원으로 하여금 객관적 세계를 이해하고 그것에 반응할 수 있도록 그 세계를 단순화·범주화해주는 것으로 파악한다. 이 점에서 이들은 구조주의 기호학과 언어에 대한 관점을 공유하고 있다. 1988년 『사회기호학 *Social Semiotics*』이라는 책을 출간하면서 밝혔듯이 비판적 언어학은 일반적인 기호학적 통찰로부터 비롯된 것이었으나 초기에는 그것을 적절하게 이론화할 수 있는 단계에 이르지 못했기 때문에 기호학과는 연계는 암시된 정도에 그쳤었으나 80년대말에 이르러는 기호학 영역으로의 확대 연구를 천명하였다. 바꾸어 말하면 언어 분석에만 머무는 것이 아니라 언어 이론 자체를 사회적으로 구성되고, 사회적 실천으로 다루어지는 모든 기호 체계 이론의 맥락 속에서 고려되어야 할 것을 강조하고 있는 것이다.

이들의 주요 연구 대상은 뉴스의 분석이었고 뉴스 텍스트의 동사, 어휘 분석 등을 통해 뉴스가 어떻게 이데올로기의 유지와 재생산, 보수 작업을 하고 있는가를 보여주려 시도했다.

같은 계열의 연구로 네덜란드의 반 다이크 Van Dijk 그룹이 개발한 담론 분석 *discourse analysis* 모델을 들 수 있고 이것은 전통적인 미국의 경험적 연구와의 부분적인 접목이 이루어진 것으로서 특히 미국의 커뮤니케이션 학계에서 뉴스 분석틀로서 많이 활용되고 있다.

#### 4. 기호학과 다른 방법론과의 접목

기호학적 연구 방법은 오늘날 그 자체만으로는 커뮤니케이션 현상을 설명하는 완전한 틀이 되지는 못한다. 물론 초기에 문화와 이데올로기 문제 그 자체에 관심이 집중되었던 시기에 이것은 분

명히 독립된 분석의 틀로서 사용되었다. 그러나 텍스트의 생산, 텍스트의 수용 문제, 그리고 해독 *decoding*의 문제가 더불어 제기되고 있는 오늘날에는 중대한 결함을 노출시킨다. 이것이 다른 방법론과의 접목을 불가피하게 하는 것이다.

미디어 생산의 문제에 대한 관심과 접목되어 기호학 방법론이 활용되었던 것이 헤게모니적 접근 *hegemonic approach*이고, 텍스트의 수용자에 대한 이념 작용이라는 수용의 문제를 위해 활용되었던 것이 구조주의 언어학과 정신분석학의 접목으로 이루어진 라캉 Lacan의 주체 구성 이론이고, 해독의 문제와 접목되어 활용된 것이 문화론적 연구 *cultural studies*이다.

## I. 헤게모니적 접근

이것은 알튀세르 Althusser의 헤게모니 이론과 사회 구성체 이론, 이데올로기적 국가 기구 이론에 근거한 미디어 연구 방법이다. 이것은 앞의 방법들과 같이 미디어 텍스트에 중점을 두어 분석하고 있으나 텍스트의 생산과 수용이 이루어지는 사회 구조와 사회적 과정을 그 출발점으로 하고 있다는 데 그 특징이 있다. 비판적 언어학의 경우는 언어 분석을 통해 사회 분석을 겨냥하고 있기는 하나 텍스트와 언어 구조가 분석의 출발점이 되어 사회 분석을 시도한 것이다. 그러므로 그들의 이데올로기 분석은 단편적 수준에 머물게 되어 사회 구조와 관련된 체계적인 설명으로서의 설득력이 약했었던 데 문제가 있었다. 바르트-에코 계열의 연구는 이데올로기 분석의 열쇠가 되는 함축적 의미 *connotative meaning*의 해독을 사회역사적 맥락 속에 위치시켜 해독하려는 것이고 각 텍스트의 이데올로기 분석이 그 사회내의 이념 체계를 설명하는 데 연계되므로 비판적 언어학에서 제기되던 문제점은 없다. 그러나 바르트-에코 계열의 연구는 문학, 예술, 대중 문화 전반에 공통으로 사용되면서 개발되어왔기 때문에 사회적 과정내에서 미디어가 차지하

는 특수한 위치, 또 미디어 텍스트 생산의 독특성 등 미디어 텍스트의 해독과 이해에 관건이 되는 문제에 대한 특별한 통찰을 제공하지는 못했다는 약점을 가지고 있었다.

헤게모니적 접근은 이 같은 문제점을 극복하고 매스커뮤니케이션 연구에 적절한 연구 모델을 제시하려 했다는 데 그 의미가 있다. 또한 고전적인 마르크스 이론에 근거한 미디어 정치경제학적 연구들이 경제적으로 결정되는 사회 계급들 사이의 미디어 소유에 의한 지배 관계, 시장과 자본의 논리에 의한 지배로서 미디어와 사회를 설명한 반면 헤게모니적 접근은 국가 기구를 상대적으로 중시하며 국가와 자본의 관계에 초점을 맞추고 있다.

그러므로 이 접근 방법은 사회 구성체의 성격을 규명하고 그 내부에서 이념적 국가 기구 ISA의 역할을 하는 것으로 정의된 매스 미디어 기구의 위치를 구체적으로 밝혀내며, 그 위치에서 그 기구가 기능해나가는 방식을 찾는 등 미디어가 속하는 사회 구조, 사회 과정의 분석을 출발점으로 해서 텍스트 분석에 도달한다.

그럼으로써 텍스트가 사회 구조적 모순을 어떻게 표상하고 그 모순을 중화시킴으로써 그 사회내의 헤게모니 구축에 기여하는지, 그것의 이념적 작동 방식을 찾아내는 것을 텍스트 분석의 목표로 삼는다. 따라서 여기서의 이념 분석은 헤게모니 구축 방식의 규명이라는 보다 구체적인 방향성을 가지고 이루어진다. 알튀세르, 그람시 Gramsci 등이 주장했듯이 지배 계급은 종속 계급을 직접적인 위협이나 강압적인 방법에 의해서가 아니라, 피지배 계급으로부터 지배-피지배 관계에 대한 정치적 경제적 차원의 자발적인 동의를 유도할 수 있도록 모든 사회적 모순, 불평등을 자연스럽게 당연한 것으로 만드는 메커니즘에 의존하고 있으므로 이것이 분석의 초점이 된다.

이 같은 방법은 이념적 국가 기구로서의 역할에 있어서 점차 그 중요성을 더해가는 텔레비전의 뉴스, 기타 다양한 프로그램에 대

한 연구에 많이 원용되었다.

## Ⅱ. 정신분석학과 주체 구성의 이론

전기 구조주의에서는 미디어 텍스트 자체의 이데올로기 분석이 주종을 이루었다. 그러나 전통적으로 미디어의 수용자에 대한 효과 연구가 중심을 이루어왔던 커뮤니케이션 영역에서는 텍스트의 의미 못지않게 텍스트가 수용자에게 작용하는 방식이 커다란 관심거리였다. 즉 텍스트의 이데올로기가 미디어 수용자 개체에게 작용하는 방식, 효과를 발생시키는 방식에 관한 문제의 규명이 요구되었다. 후기 구조주의의 주체 구성 이론은 이러한 문제에 나름대로의 해답의 가능성을 제공했다.

이 계열의 연구 전반에 큰 영향을 끼친 라캉은 정신분석학과 구조주의 언어학의 접목을 통해 무의식과 언어·이데올로기의 관계를 밝히고 이데올로기에 의한 주체 구성의 과정과 이 과정에서 발생하는 이념 작용을 분석하는 데 유용한 틀을 제공했다.

이 방법에 의해, 신문 뉴스, 텔레비전 뉴스, 오락 프로그램, 논설, 광고, 영화 등 서로 다른 유형의 텍스트들이 서로 다른 방식으로 수용자들을 인식의 주체, 행위의 능동적 주체로서 느끼게 해주면서 설득 효과를 생산하고 이데올로기적 영향력을 행사하는 메커니즘에 대한 연구 결과들이 다양하게 이루어졌다.

## Ⅲ. 문화론적 연구

미디어 텍스트의 주체 구성 방식의 연구들이 텍스트의 수용 문제에 대해 부분적으로 밝혀주기는 했지만 이것은 어디까지나 텍스트를 대상으로 한, 텍스트 중심의 설명으로서, 서로 각기 다른 성향과 조건을 가진 실제의 수용자들의 수용 방식을 설명해준 것은 아니었다. 주체 구성에 의한 이념 작용의 설명은 그 설득력에도 불구하고 모든 사람에게 공통되게 적용되는 추상적인 설명에 불과

할 뿐, 구체적인 개개인 수준에서 일어나는 해독의 실제 관행을 밝혀주지는 않았다.

영국에서 70년대 들어 본격적으로 부상되기 시작한 문화론적 연구 경향은 바로 이 문제에 천착함으로써 커뮤니케이션 연구에 새로운 지평을 열었다. 이 계열의 연구에는 그람시와 에코, 바흐친 등의 이론이 중요한 기여를 했다.

그람시 경우는 대항 이데올로기 개념을 통해 이제까지 지배 이데올로기 이론의 요지부동한 지배의 관점에서 벗어나지 못했던 기존의 텍스트 분석을 새로운 각도에서 보도록 했다.

에코는 일탈 해독의 개념을 통해 하나의 코드에 따라 부호화된 메시지가 다른 코드에 의해 해독될 수 있는 가능성을 시사해주었다.

바흐친의 대화 이론은 텍스트의 해독이 텍스트에 주어진 대로 수용하게 되는 행위가 아니라는 사실에 착안할 수 있게 해주었다. 미디어 텍스트는 하나의 혹은 여러 개의 담론으로 구성되어 있으며 해독자의 의식 또한 그것과 유사하게 그 자신의 사회적 경험을 의미화하는 일련의 담론들로 구성되어 있으며 텍스트의 해독 행위는 바로 텍스트의 담론과 해독자의 담론 사이에 일어나는 일종의 대화와 유사한 것으로 간주할 수 있게 된 것이다.

이 같은 여러 이론의 도움을 받으면서 문화론적 연구는 스튜어트 홀 Stuart Hall 등 영국 버밍햄 대학의 CCCS (Center for Contemporary Cultural Studies) 그룹을 중심으로 체계화되기 시작했다. 문화론적 관점에서 보면 미디어 텍스트의 해독은 해독자와 텍스트 사이에 이루어지는 일종의 교섭의 과정이며 결국 미디어 텍스트는 기호를 둘러싼 다양한 의미들간의 투쟁이 벌어지는 투쟁의 장소로 정의된다.

문화론적 연구는 이제까지 애매하게 남아 있었던 몇 가지 문제들을 밝혀주었다. 그 중 하나는 기호학적 분석을 통해서 찾아내게 되는 텍스트의 의미, 의미 구조, 혹은 구성의 논리는 누구에게 귀

속되는가 하는 문제이다. 분석자 홀로 찾아내는 어떤 것인가, 혹은 텍스트의 해독자에게 모두 포착될 수 있는 것인가 하는 문제가 바로 그것이다. 결론은 기호학 방법을 통해 분석되는 것은 텍스트의 '선호된 의미 *preferred meaning*'을 밝혀내는 작업이 된다. 그리고 기존의 텍스트 분석에서 확인되지 않은 채로 암시되었던 가정, 즉 해독자는 그 지배적 의미를 그대로 수용하게 되리라는 가정은 앵글로색슨 특유의 경험적 연구를 통해서 무너지게 된다.

민속지학적 *ethnographic* 방법의 수용자 연구들이 밝혀낸 것은, 해독자들이 많은 경우, 선호된 해독을 하게 되지만 상당수는 그들의 사회적 위치, 개인적 체험 등을 통해 내면화된 담론들과 텍스트 담론의 교섭을 통해 여러 가지 일탈적인 해독을 하게 된다는 것이었다.

이 계열 연구의 부상과 함께 미디어 문화 연구에서 연구의 축은 예전과 같은 텍스트 중심이 아니라 수용자 쪽으로 옮겨가게 되지만 결국 모든 해독의 문제에서 '선호된 해독'이 참조의 기준이 되기 때문에 기호학적 텍스트 분석은 여전히 활용된다.

## 5. 체험적 텍스트의 분석

최근의 주목할 만한 현상은 커뮤니케이션 영역의 대중 문화 연구에서 종래와 같은 생산된 텍스트 *produced text* 뿐만이 아니라 체험적 텍스트의 영역에까지 기호학적 분석을 시도하고 있는 점이다. 즉 글·영상 등의 기호를 사용해 생산되고 대중 매체를 통해 전파되는 미디어 텍스트만을 대상으로 하지 않고 텍스트의 개념을 확장시켜 엑스포 같은 이벤트·쇼핑몰·해변 등의 공간 문화, 생활 현상들이 분석의 대상이 되고 있다. 이러한 연구는 이미 신화지 *mythologies* 시절의 바르트가 그 가능성을 피력한 바 있지만 그

동안 미디어 텍스트 중심의 연구에 집중되어 실제 이루어지지지는 못했었고 요즘 들어 새로운 문화 공간과 현상들이 등장함에 따라 활발해지고 있다.

## 6. 포스트모던 문화

최근 분분한 논의를 일으켰던 포스트모던 문화의 등장과 함께 이러한 문화 텍스트에 대한 기호학적 분석의 틀이 유용한가에 대한 문제가 일부에서 제기되기도 했다. 기존의 텍스트 분석은 이데올로기 분석이나 주체 구성에 그 관심의 초점이 맞추어져 있었고 이런 이유로 해서 기호학은 '이념학'이라는 별칭을 얻기도 하였기 때문이다. 그런데 포스트모던 문화는 체계적·논리적 의미 구축을 회피 내지는 거부하는 문화이며 동시에 주체 구성을 통한 이념 작용의 메커니즘을 찾기가 쉽지 않기 때문에 기호학 분석 방법이 적용될 수 있는가 하는 문제가 제기될 수밖에 없다. 현재까지는 포스트모던 텍스트들이 어떻게 모더니스트 텍스트의 의미 구축 방식이나 주체 구성 방식을 거부 내지는 위반하고 있는가에 대한 분석에 상당히 유용했다. 그러나 이러한 텍스트들이 보편화될 때 문제는 달라질 수 있다. 물론 어떤 스타일의 텍스트이건 기호들이 모여 이루어지는 것이므로 기호학적 분석의 틀은 적용될 수 있겠지만 기호학이 제공하는 현재의 가능성만으로는 그러한 분석이 사회적으로 예전처럼 의미있고 유용한 분석이 될 수 있을지는 의문이다. 예전에는 이데올로기 분석을 통해 사회의 구성 원리 그 자체를 밝혀내고자 하는 큰 스케일의 목표가 있었지만, 포스트모던 텍스트의 기호학적 분석은 그러한 텍스트의 사회적 기능이나 수용자에 대한 작용의 문제를 진단하기에는 적합하지 않아 보이기 때문이다.

## 7. 사회 기호학적 방법의 재등장

지난 10여 년간 구미에서는 특히 영·미를 중심으로 포스트모던 문화 분석이 상당히 유행했다. 쇼핑몰, 테마 파크, 패션, 공항, 마돈나 현상 등 그 대상도 다양했으며 생산된 텍스트 *produced text* 보다는 체험적 텍스트 *lived text*가 더 큰 관심의 대상이 되었던 점도 특징이라고 할 수 있다. 그러나 해체주의적 문화 분석 방법이 주류를 이루면서 이 같은 포스트모던 문화에 대한 분석은 사회과학적 관심사의 측면에서 볼 때는 상당히 퇴화한 면모를 보이기도 했다. 그것은 상당히 통찰력 있는 분석들이었음에도 불구하고 일상적 실천과 연계되지 않은 문화 현상에 대한 독립된 해석자의 해석적 비평에 지나지 않는 것들이었기 때문이다. 가끔 많은 포스트모던 분석들이 예전 기호학적 분석의 엄밀성을 상실한 채 특권적인 개인 관찰자에 의한 인상주의적 비평 같은 한계를 보이기도 했다. 아마도 그 대표적 원형으로 보드리야르 Baudrillard와 프레데릭 제임슨 F. Jameson의 분석들을 들 수 있을 것이다.

이러한 현상에 대한 반성과 함께 사회기호학의 방법이 새로운 대안으로 제시되고 있다. 사회기호학은 위에서 밝혔듯이 1988년 이래 비판적 언어학 계열의 연구자들에 의해 정립되기 시작했지만 당시에는 큰 주목을 받지는 못했다가 인상주의적 비평에 가까운 문화 분석들이 범람하는 데 염려한 사회과학 쪽 전공자들의 새로운 대안으로서 관심을 끌게 된 것이다. 이 방법의 골자는 기호 현상 같은 상징적 과정과 사회적 맥락을 연계시켜 설명해야 한다는 오래 된 원칙으로의 회귀라고 할 수 있다. 즉 문화 영역을 예컨대 경제 발전, 정치적 갈등 같은 기호 현상 밖의 영역에 연결시켜 '사회화 *socialize*' 시키고자 하는 노력이라고 할 수 있다.



## 8. 맺는 말

오늘날 기호학 방법론은 70~80년대 텍스트 중심적 문화 연구가 변성하던 시기에 비하면 커뮤니케이션 연구에서 외형상으로는 그 중요성이 덜해진 것처럼 보이기도 한다. 문화 연구 자체가 텍스트 중심 축에서 해독자 혹은 수용자 축으로 그 무게 중심이 변하고 있기 때문이기도 하다. 그러나 다른 관점에서 보면 한때의 유행 사조나 방법론으로서의 화려한 위치에서 벗어나 오히려 그런 시대적 흔들림과 상관없이 저변으로 확산되면서 확고한 뿌리를 내리고 있는 것으로 생각된다. 기호학이 다양한 사회과학적 방법론들과 접목되어 응용되고 있는 것이 그 좋은 예이다. 또한 오늘날 여러 가지 이름으로 불리고 있는 상징·기호·언어 관련 사회과학적 연구들의 계보를 살펴보면 기호학의 변형 내지는 응용인 것을 쉽사리 발견할 수 있다. 문제는 그러다 보니 그 같은 응용, 혹은 변형 기호학 방법들이 자체의 엄밀성이 점차 상실되고 빈약해지는 경향이 보인다는 점이다. 그것은 기호학 자체의 연구가 활발하지 못해 새로운 수혈을 받지 못하거나 일부 파리 학파들의 연구는 경험주의적 방법에 익숙한 커뮤니케이션 주류 연구의 전통에서 볼 때 불필요하게 난해하게 보임으로써 외면을 받고 있기 때문이기도 하다. 따라서 사회과학 이외의 다양한 분야들과의 학제적 교류 같은 것이 이 같은 문제를 풀어나가는 데 도움이 될 것으로 생각된다.

[서울대학교 신문학과 교수]

## 참 고 문 헌

Eco, U., *Theory of Semiotics*, Bloomington: Indiana Press, 1979.

- Fiske, J., *Introduction to Communication Studies*, London: Methuen, 1982.
- , *Reading the Popular*, London: Routledge, 1989.
- Gottdiener, M., *Postmodern Semiotics*, Blackwell, 1995.
- Hall, S., "Encoding and Decoding in Television Discourse," in *Culture, Media, Langage*, Hutchinson, 1980.
- Kress, G. & B. Hodge, *Language as Ideology*, London: Routledge & Kegan Paul, 1979.
- Kress, G., *Social Semiotics*, Polity Press, 1988.
- Lacan, J., *Les Quatres Concepts Fondamentaux de la Psychoanalyse*, Vol. II, Paris: Seuil.
- Pêcheux, M., *Language Semantics and Ideology*, London: McMillan Press Ltd., 1982.
- Rossi, L., *From the Sociology of Symbols to the Sociology of Signs*, Columbia Univ. Press, 1983.
- Wagner, H. R., "Types of Sociological Theory," in *American Sociological Review*, 28, Oct. 1963.