

정의의 관점에서 문화연구자는 문화시장에 대해 무엇을 이야기할 수 있는가?

— 콘텐츠에 대한 사회기호학적 소고 —

윤성노*

【 차 례 】

- I. 연구배경
- II. 문제 제기 및 연구 목표
- III. 문화에 대한 통합기호학적 접근
- IV. 문화산업을 바라보는 전통적 시각
- V. 콘텐츠로서의 문화
- VI. 문화경영
- VII. 인의로서의 정의
- VIII. ‘확장된’ 문화시장
- IX. 생태적 경제 사슬
- X. 나가기

국문초록

본고는 <세월호> 참사의 근본적인 원인이 ‘차가운’ 자본에 있다는 진단 하에, ‘사회기호학’의 관점에서 시장 친화적 민주주의를 비판적으로 고찰하고, 프랑스식 문화경영 모델을 도입해 문화정치와 ‘확장된’ 시장주의의 관계를 논하는 데 그 목표를 둔다. 이를 위해 먼저 “아나그램” 연구자로서 소쉬르를 통해 왜 ‘사회기호학’이 필요한지 논증하고, ‘의미의 동역학’이라는 이름의 통합기호학을 도입함으로써 문화 및 문화콘텐츠를 규정한다. 그리고 문화산업에 대한 비판이론(호르크하이머와 아도르노), 미디어 비평(맥루언), 네오-마르크스주의적 이데올로기론(그람시와 알튀세)을 비판적으로 수

* 숭실대학교 산학협력단 책임연구원

용하고, 콘텐츠를 중심으로 문화연구의 지적 지형 변화를 설명한다. 이런 내용들이 본고의 1부를 구성한다. 2부에서 우리는 프랑수아식 문화경영 모델을 도입해서 “4대 문화경영주체들”(창작자, 공중, 결정권자, 매개자)의 역할, 문화마케팅, 정책과 문화시장의 관계 등을 다각도로 논의한다. 우리의 기본 논지는 이윤과 공공선 사이에서 콘텐츠의 ‘가치’를 평가할 필요가 있고, 그러자면 ‘정통’ 경제학 교과서라는 “상자 밖에서 생각”할 수 있어야 한다는 것이며, 이에 따라 인의(仁義) 기반 동양식 정의관을 설명하고 공동체의 작동 원리를 배경으로 ‘확장된’ 문화시장을 논한다. 결론부에서는 경쟁패러다임의 대안으로 백범 김구 선생이 꿈꾸던 ‘아름다운 문화국가’에 대한 비전을 제시하는 것으로 글을 마무리한다.

핵심어: 문화산업, 네오-마르크스주의, 의미의 동역학, 문화경영, 인(仁), 운동학적 경제 사슬

I. 연구배경

『21세기 자본』의 저자 토마 피케티¹⁾는 오늘날 자본주의가 직면한 딜레마 중 하나로 국민 총소득에서 기업소득이 차지하는 비율이 가계소득 분배율에 비해 현저히 커지고 있는 현실을 꼽는다. 근로자의 실질소득이 줄면 구매력 감소로 내수가 부진해지고, 판매실적이 저조하다보면 채투자를 통한 고용 창출의 기회도 작아지게 되며, 내수와 고용이 동반 감소하면 국민 총소득이 줄고 인구 감소로 이어져 결국 저성장 내지 장기정체에 빠질 우려가 있기 때문이다. 하지만 이를 확인하기 위해 경제서적을 뒤적일 필요도 없다. 소수 대기업 총수 일가에 편중된 자본 소득 상승폭이 세계경기 침체와 맞물려 둔화된 경제성장률을 앞지르고 편법으로 증여된 자본의 세습화가 고착화되면서 빈부격차와 불평등이 심화되고 있는 상황은 이미 우리의 일상이 된지 오래이다. 그렇다면 자구책은 무엇일까?

여전히 경제성장으로 파이를 키우는 게 먼저라고 주장하는 사람들도 있지만 지금은 파이를 나누는 쪽으로 기우는 추세이다. 예컨대, 미국 시

1) 토마 피케티, 「21세기 자본」, 장경덕 외 옮김, 글항아리, 2014

카고 시는 시간당 최저 임금을 2018년까지 13달러로 인상할 계획이며(미 연방 최저임금은 7.25달러), 시애틀은 작년 6월 최저임금을 15달러로 이미 올렸다. 우리나라도 올 해 공무원 임금이 3.8% 인상되었고, 최근 최경환 경제부총리는 민간 사업체 분야에서의 임금인상의 필요성을 언급한 바 있다. 그렇다면 왜 신자유주의 성향의 정부가 개입하면서까지 가게소득을 키우려 하는 걸까? 최근 IMF는 가진 자에게 더 많은 떡을 쥐어주면 콩고물이라도 떨어진다는 “부의 낙수효과”가 ‘완전히 틀린 논리’라고 결론을 내린 바 있고, ‘상위 1%’에 속하면서 최저임금 15달러를 주장하는 자본가 하나우어²⁾는 경제적 불평등이 자본주의의 존폐를 결정하는 중대한 문제라고 생각한다. 그리고 자본가조차도 오늘날 자본주의 모순과 한계를 공공연하게 비판하는 배경에는 경쟁 패러다임이 드리우는 위기의식이 깔려 있다. 클린턴 정부 시절 재무부 장관과 하버드대 총장을 역임한 로런스 섬머의 말을 들어보자³⁾:

“이 복잡한 일련의 현안(새로운 정보통신 기술, 거시경제, 정부정책의 관계)에 관해 어떻게 사용해야 옳은지는 불분명하다. 분명한 한 가지는 경쟁 패러다임이 완전히 적절한 것은 아니라는 점이다. (...) 그러나 우리는 이를 대체할 적절한 패러다임이 무엇인지 아직 잘 모르는 상태이다.”

그렇다면 ‘경쟁을 대체할 적절한 패러다임’을 찾기 위해 밟아야 할 첫 번째 수순을 무엇일까? 마이클 샌델은 정의의 관점에서 현대 자본주의사회에서 “시장의 도덕적 한계”를 공론화한다⁴⁾:

2) “저는 경제적 불평등이 틀렸다는 도덕적 주장을 하는 게 아닙니다. 제가 주장하는 것은 상승하는 경제적 불평등이 명칭하고 궁극적으로 자멸이라는 것입니다. 상승하는 불평등은 그저 곡괭이들(혁명)로 인한 위협을 증가시킬 뿐만 아니라 비즈니스에도 치명적입니다.” (Nick Hanauer, “동료 부유층들이여 조심하라, 곡괭이들이 오고 있다.” 2014년 8월 TED 강연)

3) DeLong, J. Bradford and Summers, Lawrence H., “The ‘New Economy’: Background, Historical Perspective, Questions, and Speculations”, *Economic Policy for the Informational Economy* 16, 2001, p.38.

“우리 시대의 가장 현저한 경향 중 하나는 시장논리에 따르는 사고방식이 전통적으로 비 시장 규범들로 조정되던 삶의 영역들로 확장된다는 점이다. (...) 그러나 시장이 사회제도들을 조직하는 규범들을 다시 정의하도록 내버려두길 원치 않는다면, ‘시장의 도덕적 한계’에 대해 공개적으로 논의할 필요가 있다.”

한편, 제레미 리프킨은 “전통적으로 비 시장 규범들로 조정되”었지만 오늘날 “시장논리에 따르는 사고방식”이 적용되는 삶의 영역 중 하나가 바로 문화산업이라고 말한다⁵⁾:

“상업 영역이 문화 영역을 삼키기 시작하면 사회적 토대가 허물어지기 시작한다. 문화 영역과 상업 영역의 적절한 균형을 회복하는 것은 어쩌면 이 시대가 해결해야 할 가장 어려운 과제인지도 모른다.”

<세월호> 참사에 대한 검찰의 최종 수사 결과에 따르면, 불법 선채 증축으로 인한 좌우 불균형, 2배에 이르는 과적에 따른 복원력 상실, 화물 고정 같은 안전수칙 무시, 조타 실수로 인해 배가 침몰했다. 경제적 효율성이라는 미명하에 목숨보다 이윤을 앞세우는 청해진선사의 ‘차가운’ 기업지배구조에 참사의 직간접적 원인이 있다는 말이다. 그런데 차가운 자본이 “범적자생존론”(hyperselectionism)⁶⁾이라는 이름으로 오늘날 우리의 일상을 잠식할 수 있었던 이유가 “시장논리에 따르는 사고방식이 전통적으로 비 시장 규범들로 조정되던 삶의 영역들로 확장”된 탓이라면, 그래서 자본을 사람에 앞세우는 관행으로 대형 참사가 반복되는 것이라면, 시

4) Michael J. Sandel, *Justices: what's the right thing to do?*, Farrar, Strauss and Giroux, 2009, p.265. 우리가 강조함.

5) 이정전, 「시장은 정의로운가: 서울대 이정전 교수의 경제 정의론 강의」, 김영사, 2012, 288쪽에 재인용

6) 범적자생존론이란 강자의 입장에서 약자의 존재와 권리를 결정하고 마지막까지 살아 남은 자가 모든 것을 취하는 것을 합리화하는 논리를 뜻한다.

장의 과도한 팽창으로 ‘허물어진 사회적 토대’를 다시 세우는 일이야 말로 지금 우리가 <세월호>라는 야만의 상태로 퇴보된 위기 상황을 극복하기 위해 시급히 해결해야 할 당면과제라는 게 본고의 현실 인식이다.

Ⅱ. 문제 제기 및 연구 목표

그렇다면 이런 상황에서 기호학이 해야 할 올바른 일이란 무엇일까? ‘과학성’이라는 기치 아래 여전히 주체와 맥락은 배제한 채 가치중립적인 ‘순수’ 학문 노선을 따라야하는가? 그래서 기호 형식(“랑그”)의 차원에서 사회를 ‘연구’하는데 만족해야 하는가?⁷⁾ 아니면 학문의 사회적 책임과 윤리를 감안해서 지배구조와의 관계 속에서 세미오시스 현상을 비판적으로 재구성하고 이를 통해 더 나은 세상을 앞당기는 것을 궁극적 목표로 삼는 실천적 학문으로 설계 변경을 꾀해야하는가?

우리의 생각은 1) 경제정의의 관점에서 “문화 영역과 상업 영역의 적절한 균형을 회복”하고, 2) 문화연구의 관점에서 문화산업을 바라보는 시각을 역사적으로 재조명하며, 3) 프랑스식 문화경영을 도입해서 ‘문화정치’와 ‘확장된’ 문화시장의 관계를 공론화할 필요가 있고, 그러자면 ‘엄격한’ 구조주의에서 벗어나 의미와 커뮤니케이션의 관계를 ‘마음’의 견지에서 고찰함으로써⁸⁾ 인간에 대한 학문(문화학이든 인간학이든 아니면 인문

7) “랑그” 중심 기호학의 한계를 넘어 언어활동(langage)과 질료(matter) 차원의 세미오시스 연구의 필요성을 역설한 글로는 다음을 참조: 윤성노, 「언어 진화에 대한 기호-인식론적 소고」, 『기호학 연구』 40, 한국기호학회, 2014, 209-212쪽.

8) “그들(어른들)이 어떤 대상을 명명하고 그것 쪽으로 몸을 돌렸을 때, 나는 이것을 보고 그들이 그것을 가리키고자 했을 때 그들이 낸 소리로 그것이 불린다는 것을 파악했다. 그들의 의도는, 모든 민족들의 자연발생적 언어가 그렇듯이, 그들의 신체적 움직임에 의해 드러났다: 얼굴의 표정, 눈짓, 신체의 다른 부분들의 움직임, 목소리의 어조 등은 어떤 것을 열망하거나 간직하거나 거부하거나 피하는, 우리의 마음 상태를 나타낸다. 그렇게 해서 나는 여러 가지 문장 안에서 그 적절한 자리에 되풀이해서 쓰인 단어들을 들으면서, 점차 그 단어들이 어떤 세상을 의미하는지를 이해하는 법을 배웠다. 그리고 나는, 내 입이 이러한 기호들을 발음할 수 있도록 연습한 뒤로는, 내 자신의 소망을

사회과학이든 지금 우리에게 그 명칭은 중요하지 않다)을 인식론적 배경으로 통합기호학을 전개해야 한다는 것이다.

1. 의미와 소통

방법론적으로 보면 유럽 대륙 전통의 기호학 연구는 크게 둘로 나눌 수 있다. 기호현상을 커뮤니케이션 혹은 의미작용으로 보는 것이다.⁹⁾ 전자의 대표자로는 “의미의 생성여정”이라는 불리는 파리기호학파의 이론을 들 수 있다.¹⁰⁾ 이 학파는 대화, 신화, 소설처럼 언어적 산물뿐 아니라, 회화나 광고 디자인, 신체언어나 종교제의, 더 나아가 건축물이나 도시 자체도 읽어야 할 ‘텍스트’로 간주하고 텍스트가 의미를 만들어내는 구조적 원리들을 밝혀 보고자하는 다소 원대한 포부에서 시작되었다. 특히 이 학파의 표준이론에 따르면, 의미란 텍스트의 심층구조에서 표층구조로 전환되면서 발생하는 일련의 변형과정이며 이 과정을 ‘과학적으로’ 기술하는 것이 곧 텍스트의 의미를 이해하는 것이라고 본다. 기호학은 의미에 대한 학문이며 의미의 발현 맥락은 배제하고 발현 매체인 텍스트 내부에서 의미작용이 어떻게 이루어지는지 기술하는 것을 목적으로 한다는 것이다.

이런 분석 틀로 보면 텍스트를 말하는 건 주체가 아니다. 오히려 주체

표현하기 위해 그것들을 사용했다.”(Warner, Rex, *The Confessions of St. Augustine*, New York: Penguin Books, 1963, I.8.) 이는 성 아우구스티누스가 어릴 적 자신이 어떻게 언어를 습득했는지 회상하면서 언어기호의 속성을 설명하는 인용문으로, (언어)기호가 마음의 반영물이라는 생각은 아리스토텔레스부터 성 아우구스티누스를 거쳐 오늘날 인지언어학으로 이어지고 있다.

9) Martinet, Jeanne, *Clefs pour la sémiologie*, Seghers, 1973, pp.9~11.

10) Greimas, Algirdas Julien, *Du sens, essais sémiotiques*, Seuil, 1970; *Du sens 2*, Seuil, 1983; 윤성노, 「의미의 연속성과 불연속성의 관계에 대한 담화 연구 -파리 기호학파의 “표준”이론과 “확장” 이론을 중심으로-」, 『불어불문학연구』 72, 한국불어불문학회, 2007. 관련 모델을 신화 분석에 적용한 사례로는 다음을 참조: 윤성노, 「말, 행위, 믿음: 바리공주신화와 망자 천도 극의 상호기호학적 작용에 대한 고찰」 in 송효섭 공저, 『기호학』, 한국문학이론과 비평총서1, 한국문화사, 2010.

를 통해 텍스트가 자신에 대해 말한다는 생각이 지배적이다. 주체가 구조의 피조물이라고 말할 때 구조주의자들이 의미하는 바이기도 하다. 그리고 구조 내지 코드 중심의 기호학적 방법론이 비판받는 것도 이런 맥락에서이다.

관찰 가능한 기호현상(표층) 이면에서 현상을 조직하는 구조적 원리들(심층)에 대한 ‘과학적’ 탐구를 진작시켰다는 점에서 소쉬르식 구조주의가 인문사회과학 발전에 기여한 몫은 크다. 하지만 기호론(Sémiologie)을 사회심리학의 한 분야로 간주한 그의 기호사상을 계승, 발전시킨 후학자들, 예컨대 Buysens, Prieto, Hjelmslev, Greimas가 ‘엄격한’ 구조 개념과 그로부터 도출된 ‘너무 강한’ 이론을 고수한 나머지 기호 사용자와 사용 맥락을 기호학 연구에서 배제하고 이로써 ‘기호의 삶을 사회적 삶’과 단절시키는 결과를 초래한 건 아이러니가 아닐 수 없다. 소쉬르 자신은 정작 기호론을 “사회적 삶 속에서 기호의 삶을 연구하는 학문”으로 규정했으니 말이다.

2. 소쉬르의 상반된 두 모습

그렇다면 삶 속에서 기호를 연구한다는 것은 정확히 무슨 뜻일까? 기호가 사회에 대한 종속변수라는 말인가? 아니면 반대로 삶을 가능하게 하는 게 기호라서 전자를 후자에 대한 독립변수로 취급해야 하는가? 기호체계가 자족적이자 자율적인 시스템이라는 해석이 소쉬르의 의도와 부합한다는 게 일반적 통념이며, 그 근거로 『일반언어학강의』 마지막 문장, 즉 “언어학의 유일하고도 진정한 연구대상은 랑그 그 자체이다.”¹¹⁾가 제시되곤 한다. 언어학은 가장 발전된 기호학이므로 언어학이 언어 그 자체를 목적으로 취급한다면 기호학 역시 기호 자체를 연구대상으로 삼아야

11) "La linguistique a pour unique et véritable objet la langue envisagée en elle-même et pour elle-même". (Saussure, Ferdinand de, *Cours de linguistique générale*, Paris: Payot, 1916.).

한다는 논리이다. 문제는 그 문장이 소쉬르의 것이 아니라는 것이다. 사실 그것은 초판 편집자들에 의해 가공된 문장이다.¹²⁾ 하지만 다행히 대중에게 덜 알려진 소쉬르의 다른 모습도 있다. “단어 뒤에 숨은 단어 찾기”¹³⁾(anagrams)에 정열을 쏟는 소쉬르이다. 그렇다면 구조 기호학이 자문해야할 물음은 이렇다. 『일반언어학강의』에서 편집된 소쉬르와 아나그람 연구에 심취한 소쉬르 중 어떤 것이 진정한 기호학 창시자의 모습인가?

우리는 기호의 선형성(linearity)을 거스르고 기표와 기의, 텍스트와 콘텍스트의 경계를 모호하게 만들면서 단어들이 격자구조 속에서 서로 연결되는 양상을 열정적으로 연구하는 소쉬르에게 한 표를 던진다. 그리고 소쉬르의 기호사상을 이런 식으로 이해하는 것이 옳다면 세미오시스를 기호가 통용되는 사회와 기호 사용자의 마음과는 무관하게 작동하는 자율시스템인 양 연구하는 학문적 경향에 문제가 있다고 볼 수 있으며, 이에 우리의 대안은 1) 관찰대상을 왜곡시킬 정도로 너무 엄격한 구조 개념 대신 ‘유연한’ 구조 개념¹⁴⁾을 취하고, 2) 아나그람 연구자로서의 소쉬르에게로 되돌아가 기호의 안과 밖을 관통하는 사회기호학의 가능성을 진지하게 타진하며, 3) 사회기호학의 관점에서 콘텐츠를 기호현상으로 규정

12) Calvet. Jean-Louis, *Pour et contre saussure*, Paris: Payot, 1975, p.31.

13) 이는 소쉬르의 아나그람 연구를 처음 세상에 알린 Starobinski의 책 제목이기도 하다. Starobinski, J., *Les mots sous les mots. Les anagrammes de Ferdinand de Saussure*, Paris: Gallimard, <<Le Chemin>>, 1971.

14) 기호현상을 체계적으로 접근한다는 점에서 우리는 구조주의에 동의하지만 기호체계가 안정적이거나 폐쇄적이라기보다는 오히려 카오스이론에서 말하는 “혼돈”, 즉 어느 방향으로 진행할지 예측할 수 없는 불안정한 “비평형”(non-equilibrium) 상태의 “소산 구조”(dissipative structure: Prigogine & Nicolis, 1977)를 품고 있다고 생각한다. ‘카오스의 가장 자리’에서 질서를 유도하는 “기이한 끌개”(strange attractor)가 바로 우리가 생각하는 유연한 구조 개념이며, 이는 곧 세미오시스를 특정 문화집단과 (역사-문화적) 환경 사이에서 끊임없이 자기 조직하는 “비선형 복잡계”(non-linear complex system) 현상으로서 이해할 필요가 있음을 내포한다. 비선형 복잡계로서의 세미오시스 및 세미오시스 통제 센터로서의 기이한 끌개에 대한 논의와 관련해서는 다음을 참조: (윤성노, 「의미, 정서 그리고 “힐링” - 내림굿 치유에 대한 담론기호학적 소고 -」, 『기호학 연구』 33, 한국기호학회, 2012, 69~71쪽.

하고 기호의 발현 맥락을 제공하는 문화시장과의 관계 속에서 콘텐츠의 가치를 사유하자는 것이다.

Ⅲ. 문화에 대한 통합기호학적 접근

본고는 문화를 논하는 자리이니 먼저 그것에 대한 우리의 생각을 밝히는 것부터 시작해보자. 사실 문화는 그 개념 정의가 까다롭기로 악명 높은 용어 중 하나이다. 구체적인 사회적 행동을 문화로 보는가 하면, 추상적 개념이라고 생각하는 사람도 있다. k-pop과 한류 드라마, 김치와 비빔밥을 문화로 보기도 하고, 또 어떤 사람에게 문화란 물질이 아니라 마음 속에 존재한다. 학자들 사이에서도 의견이 분분하긴 매한가지이다¹⁵⁾. 문화를 공동체의 구성원으로서 인간이 만들어낸 유무형의 인공물(지식, 믿음, 도덕, 예술, 제도, 법률, 관습, 습관 등)로 보는 가하면(E. B. Tylor), 집단적 학습 행위를 문화로 간주하기도 한다(M. Mead). 또한 가족이나 제도 혹은 사회적 생산관계를 묘사하면서 동시에 통제하며 특정 문화집단에 고유한 소통방식을 문화에 포함시키기도 하고(R. Williams), 우리가 누군지 알려주는 이야기들의 총체를 문화로 규정하기도 한다(C. Geertz).

한편, 우리는 통합기호학의 견지에서 문화현상에 접근한다. 앞서 언급한 소쉬르는 기호학을 “인간의 삶 속에서 기호의 삶을 연구하는 학문”으로 규정하고, 퍼스¹⁶⁾는 현상학(Phaneroscopy: 1차성, 2차성, 3차성)과 관계논리학(Relata: 표상체, 대상, 해석소)을 중심으로 해석기호학을 전개한다. 한편, 바흐친¹⁷⁾은 기호현상을 본질상 이데올로기현상으로 간주한다. 사

15) 지아우딘 사르다르, 보린 반 룬 그림, 「문화연구」, 이영아 옮김, 김영사, 2002, 8~9쪽.

16) Peirce, Charles S., *Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Volumes I and II: Principles of Philosophy and Elements of Logic* (edited by Charles Hartshorne and Paul Weiss), Harvard University Press, 1932.

17) Voloshinov, V. N., *Marxism and the philosophy of language*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986; 윤성노, 「광고 이미지 및 소비 정체성에 대한 기호학

회적 상호작용이 벌어지는 일상의 실천 영역에서 기호가 만들어지고, 상충되는 이해관계를 가진 사람들이 헤게모니를 놓고 벌이는 이데올로기 투쟁 속에서 실천이 이루어지며, 이데올로기는 다시 기호 내부에서 재 표상된다고 생각하기 때문이다. 이에 우리는 세 이론가들의 기호사상을 종합함으로써 문화를 다음처럼 규정한다. 즉, 문화란 자신 이외의 다른 어떤 것을 지시하는 표상의 도구로, 그 내적 구조는 (명시적이든 암묵적이든) ‘코드’들로 조직되고, 코드화된 정보를 토대로 사람들의 상호작용이 이루어지며, 따라서 (사회적, 정치적, 역사적) 맥락을 감안해서 정보매체인 표상의 의미를 파악해야 하는 기호현상이다.

다른 곳¹⁸⁾에서 우리는 ‘의미의 동역학’이라는 이름으로 통합기호학을 연구한 바 있다. 의미의 동역학이란 의미가 형성되고 변화하는 과정 속에서 상호작용하는 요소들, 예컨대 기호현상으로서의 문화콘텐츠, 콘텐츠의 지시대상, 유저의 ‘몸’, 콘텐츠의 생산 및 해석을 가능하게 하는 기호계(Semiosphere), 더 나아가 콘텐츠와 사용자 그리고 기호계가 상호 적응하며 함께 변화하는 공진화(co-evolution) 과정을 고려하는 동적 구조주의 기반 문화연구¹⁹⁾를 뜻한다. 그리고 의미의 동역학 중심에는 “‘지식/권력’ 관계를 염두에 두고 기호체계와 체계 외부의 정치-경제적 과정들 사이에 형성되는 관계들”²⁰⁾을 분석하는 사회기호학이 있다²¹⁾. 이와 같은 통합기

적 연구, 『프랑스문화연구』 15집, 한국프랑스문화학회, 2007, 8~11쪽.

18) 윤성노, 「<세월호>는 의미 연구에 어떤 영향을 주는가? - ‘의미의 동역학’을 통한 후기 구조주의적 정체성 비판 - 」, 『기호학 연구』 41, 한국기호학회, 2014, 202~204쪽.

19) 공시대와 통시대를 아우르는 동적 구조주의 방법을 언어 분석에 적용한 사례로는 다음을 참조: 윤성노, 「프랑스어 모음 변이 및 운율에 대한 ‘범시적’ 접근」, 『프랑스학연구』 71, 프랑스학회, 2015.

20) Gottdiener, Mark, *Postmodern semiotics: material culture and the forms of postmodern life*, Blackwell, 1995, p.25. 우리가 강조함. 푸코의 지식/권력 이론과 관련해서는 다음 글을 참조: 윤성노, - 「굿판의 의미 생성 및 주술치료에 대한 기호-인식론적 소고」, 『인문논총』 67, 서울대학교, 2012, 136~140쪽.

21) 기호의 이데올로기적 기능에 주목하는 바르트(Roland Barthes, 1965, 1967)의 패션 연구는 사회기호학적 문화 분석의 전형을 보여준다 하겠다. 우선 그가 패션이라는 용어를 이중적 의미로 사용한다는 점에 주목할 필요가 있는데, 일상에서 옷 입는 방식과 산업자본으로서의 패션이 그것이다. 그리고 전자와 후자를 각각 의상들로 매개되는

호학의 견지에서 우리는 맥루언의 미디어비평과 문화산업에 대한 비판이
론가들의 입장을 비판적으로 검토하고자 한다.²²⁾

IV. 문화산업을 바라보는 전통적 시각

맥루언²³⁾은 미디어가 멀리 흩어진 사람들을 연결시켜 서로 정보를 공유하고 아이디어를 교환하는 방식으로 민주주의를 앞당기는 데 기여한다고 믿는다. 가령 그가 제안한 “지구촌” 개념은 인터넷 접속을 통해 전 실

비의도적 “의미” 체계와 의도적 “커뮤니케이션” 체계로서 규정한 다음, 패션산업이 담론(광고, 패션잡지, ‘컬렉션’, 방송 토크쇼 등)을 통해 우리가 옷 입는 방식에 이런 저런 가치를 부여함으로써 어떻게 자본의 목적에 맞게 사람들의 사고와 행동을 통제하는지 보여준다. 이를 통해 바르트는 패션산업이 어떻게 소위 “로고스기술”(logo-techniques)을 활용해 대중 의식을 자본에 유리한 방향으로 통제하는 지 보여준다. 그런데 “PR의 아버지”로 불리는 『프로파간다』의 저자 버네이스(Edward L. Bernays) 역시 우리의 사고와 행동패턴이 ‘보이지 않는 손’에 의해 조작된다고 주장한다. 그렇다면 패션산업(의도적 커뮤니케이션 체계)이 로고스기술을 활용해 우리가 옷 입는 방식(비의도적 의미 체계)을 통제하는 방식은 지배/종속 메커니즘을 유지·강화하기 위한 수단으로서 ‘프로파간다’의 존재방식을 보여 준다 하겠다.

- 22) 문화연구의 관점에서 문화가 문화산업을 거쳐 오늘날 콘텐츠산업으로 변화하는 과정을 오히려 사유하기 위해서는 콘텐츠에 대한 사회기호학적 연구와 병행해서 탈근대적 대중사회에 대한 성찰이 동반되어야 하며, 이에 오르테가(J. Ortega), 엘리엇(T. S. Eliot), 리비스(F. R. Leavis), 실즈(E. Shils), 벨(H. Bell) 등의 연구는 참고할 만하다고 지적해준 논문 심사자의 의견에 공감한다. 한편, 다른 심사자는 “미디어의 층위와 문화(산업)의 층위는 범주가 다른데 (우리가) 이를 혼동하고 있거나 미디어와 문화를 동일화하는 오류를 범하고 있다.”고 지적한다. 하지만 아무도 미디어가 문화의 전 부이고 문화산업에 미디어만 있다고 생각하지 않는다. 문화와 문화산업 그리고 미디어 저널리즘의 관계가 포함관계라는 게 필자의 생각이다. 원형(prototype)이론(Eleanor, 1975; Eleanor and Mervis, 1975)에 기대어 문화(산업)를 상위 층위의 범주라 할 수 있다면, 미디어 저널리즘은 대표적인 기본 층위 범주 구성원이다 (하위범주에는 TV뉴스, 종이신문, 디지털신문, SNS 기반 시민 저널리즘 등이 포함될 것이다). 원형이론이 거둔 괄목할 만한 성과 중 하나는 기본층위에서 최적의 범주화가 발생한다는 사실을 입증했다는 점이다. 우리가 문화연구의 견지에서 문화산업을 비판적으로 검토함에 있어 미디어에 주목하는 이유 역시 기본 층위 범주에 주목하다보면 최소 인지비용을 들여 오늘날 문화에 대한 최대의 정보를 얻을 수 있다고 믿기 때문이다. 어쨌든 이 자리를 빌어 심사자들의 조언에 감사할 드리는 바이다.

- 23) McLuhan, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw Hill, NY, 1964.

시간으로 소통하는 오늘날의 사이버 공간과 크게 다르지 않다. 인터넷, 모바일, 스마트폰 등 오늘날 소셜 미디어를 이해하는 방식으로 그의 미디어 연구가 다시 주목받는 것도 이런 맥락에서이다. 예를 들어, 이집트 민주화 운동에서 SNS가 시민 저널리즘으로 활용된 사례는 제도권 언론이 통제받는 상황에서 미디어가 정보 공개를 통해 시민의 알 권리를 보장함으로써 민주주의를 강화하는 효과적인 도구임을 입증한 바 있다.²⁴⁾

한편, 아도르노와 호르크하이머는 문화산업을 바라보는 또 다른 시각을 제공한다.²⁵⁾ 이에 따르면, 문화산업은 자본주의 체제 하에서 억압받고 소외된 계층들로 하여금 자발적으로 이 체제를 신뢰하게 만드는 게이트키퍼로서의 역할을 한다. 자본이 지배하는 세상에서 ‘실제’가 왜곡될 수밖에 없는 것도 문화산업에 의해 경험이 이데올로기적으로 필터링되기 때문이다.²⁶⁾ 예컨대, 신문, 방송, 소셜 네트워크 등 미디어 소유자가 특정 계급의 지배논리를 정당화하고 신념체계를 공고히 하는 개념이나 형식들을 매체를 통해 유통시킬 때, 문화산업은 감시와 통제의 수단으로 전략할 위험이 있다.

1. 맥루언 비판

맥루언의 ‘순진한’ 낙관주의를 경계할 필요가 있다. 예컨대, 나치 정권

24) 설진아, “이집트 민주화 혁명에서 SNS와 소셜 저널리즘 : 페이스북의 사례분석을 중심으로”, 『한국언론정보학보』 58호, 한국언론정보학회, 2012.

25) 아도르노 Th. W., 호르크하이머 M, 「계몽의 변증법: 철학적 단상」, 김유동 옮김, 서울: 문학과지성사, 2001.

26) 아도르노는 예술이 자율성과 부정성에 기초하지만 일단 시장에 편입되면 예술 고유의 속성들은 제거된다고 주장하는데, 본고의 심사자 중 한 분은 비판이론 비판의 핵심 쟁점은 문화산업이 문화예술의 자율성과 부정성을 희석시켜 기존 체제를 보존하는 데 일조한다는 프랑크푸르트 학파의 주장에 맞춰져야 한다고 지적한다. 하지만 본고는 시학을 논하는 자리가 아니다. 더욱이 예술작품들이 지닌 환원 불가능한 다양한 가치들(효용가치, 상징가치)을 시장에서 교환가치라는 하나의 잣대로 균등화시키는 방식으로 문화산업이 체제보존기능을 수행하는 것과 일상의 경험이 문화산업을 통해 이데올로기적으로 필터링되는 것은, 큰 그림에서 보면, 물신화(reification)라는 동일과정의 상이한 국면이라는 게 우리의 생각이다.

시절 레니 리펜슈탈은 이미 1934년 뉘른베르크에서 열린 나치 전당대회를 다큐멘터리영화 <의지의 승리>로 만들어 히틀러를 신격화 바 있고, 또한 오늘날 이슬람 수니파 근본주의 무장세력(IS)이 인터넷을 통해 지하드 선전동영상을 확산시켜 동조세력을 끌어 모으는 상황을 보면 미디어가 민주적 잠재력을 지닌 도구라는 주장이 무색할 지경이다. 그래서 우리는 다음과 같은 문제들을 제기할 필요도 있다고 생각한다. (표상도구로서) 미디어는 저 밖의 실재를 충실하게 표상하는가? 특정 방식으로 이루어진 표상의 의도는 무엇인가? 미디어는 어떻게 표상 주체의 의도를 부호화(encoding)하고 현실을 굴절시키는가? 특정 “문화 속에서 인간이 주체로 만들어지는”²⁷⁾ 과정 속에서 표상은 어떤 역할을 하는가?

메시지 제작에 변형은 필수적이다. TV 뉴스를 예로 들어보자. 스튜디오 인테리어 소품, 자리 배치, 음향뿐만 아니라 앵커의 말하는 방식(톤, 음조, 리듬 등), 의상, 태도, 제스처, 시선 처리 등 소위 “룩”까지도 사실 ‘미장센’의 대상이다. 그래서 보도방송은 가치중립적이지 않다. 방송이라는 특정 장르에 고유한 스토리텔링 코드를 기반으로 ‘조작’되는 서사체(narratives)이다. 오늘 저녁 뉴스에는 어떤 것을 헤드라인 기사로 정할 것인가? 분량은 어느 정도로 할 것인가? 어떤 것을 넣고 어떤 것은 뺄 것인가? 선별된 것들은 어떤 순서로 내보낼 것인가? 방송 제작물이란 것이 사실 선별과 분류 그리고 배열을 통해 세상을 ‘이상화한’ 결과물(‘콜라주’)이다.²⁸⁾

세월호 침몰 후 얼마 지나지 않아 당시 팽목항에 있던 실종자 가족들은 기자들의 출입을 막았다. 일부 기자들이 특종 경쟁에 휘둘려 유가족의 슬픔은 아랑곳하지 않고 검증 절차도 무시한 채 정부의 입장을 대변하는

27) Foucault, Michel, “The Subject and Power” in Paul Rabinow & Nikolas Rose(eds.). *The Essential Foucault: Selections From the Essential Works of Foucault 1954-1984*. New Press, 2003, p.126.

28) 언어 사용자는 자신에게 중요한 것은 부각시키고 그렇지 않은 것은 쉽게 은폐시킬 수 있는데, 언어를 통한 범주 부여 기능을 Halliday(1973: 37) “이상적 기능”이라 부른다.

뉴스를 내보냈기 때문이다. 가령 침몰 후 이들이 지난 4월 17일 박 대통령이 사고현장을 방문했을 때 지상파방송사들은 일제히 대통령이 유족들과 ‘화기에애한’ 분위기에서 대화를 나누는 장면들을 내보냈지만, 사실 그날 현장에서는 유가족들이 대통령을 위시한 정부책임자들을 거세게 비난했다. 참사 관련 미디어 표상(기호)이 표상 저 밖 진도 앞바다에서 벌어지는 ‘실제’(기호의 대상)와 얼마나 동떨어져 있었는지 알 수 있는 대목이다. (물론 실추된 저널리즘 직업윤리 의식이 도마에 오른 건 마땅하다. 세월호 보도 행태에 대해 언론계 스스로 자성의 목소리를 높이고 대형 참사 보도 매뉴얼을 재정비하는 등의 후속조치가 이어졌다). 하지만 사회기호학의 관점에서 중요한 건 표현의 문제이다. 결정권자의 입장에서 표상을 구성한다는 것은 당사자들의 이야기(story)를 배제한다는 것이고, 배제된다는 것은 그들 개개인의 역사(history) 전체가 차단됨을 뜻하기 때문이다. 안 그래도 우리는 이미 충분히 반목하고 갈등하고 서로를 배제해 왔다. 이제는 ‘사회적 포용’²⁹⁾을 저널리즘 아젠다에 넣어야 할 때이다.

우리의 의도는 미디어를 오늘날 문화산업에 대해 가장 많은 정보를 제공하는 원형(prototype)으로 간주하고 사회기호학의 관점에서 문화산업을 비판적으로 고찰할 때 방송보도 장르에 고유한 미장센 및 서사 규칙이 포용(inclusion)과 배제(exclusion) 원리를 토대로 작동하며 그 표면 효과인 뉴스보도가 권력이 정보 접근성을 관리하는 방식으로 대중을 통제하는 지배양식 중 하나라는 사실을 등한시 하지 말자는 것이다. 그렇다면 보도 내용만큼 중요한 건 누가 무엇을 보도할 만한 것으로 선별하고 선별된

29) “유럽연합은 여러 방면에서 ‘가난과 사회적 배제’에 관한 해결책을 모색해오고 있다. 여기서 도출된 아젠다가 바로 ‘사회적 포용’이다. 빈곤층이나 장애인과 같은 사회적 소외그룹들이 일상의 사회적 활동에 동등하게 참여할 수 있음을 의미한다. 이를 위해선 이들도 동등한 기회와 재정적 충당을 보장받을 수 있어야 한다. 사회적 포용은 또한 이들이 삶과 관련된 결정들에 참여할 수 있는 권리도 가져야 함을 의미한다.” (홍종열, 『유럽연합(EU)의 문화산업과 문화정책: 세계화시대의 글로벌 비전』, 한국외국어대학교 출판부, 2012, 53쪽.)

내용들을 특정 방식으로 조합함으로써 ‘형식’을 생산하는 힘을 문제시하는 것이다.

2. 비판이론 비판

비판이론에 문제가 없는 것도 아니다. 현실을 필터링하는 문화산업의 이데올로기적 기능에 주목한다는 점에서 여전히 유용한 분석도구지만, 비판이론에 영감을 준 허위의식이나 기만체계로서의 문화산업 개념이 비판의 대상이 된 것 또한 사실이다. 물론 학문과 사회운동을 분리해서 사유하는 경향이 있는 미국 학계가 마르크스 비판의 선봉장 노릇을 했지만, 좌파진영에서조차 19세기 산업자본주의에 내재한 모순을 설명하기 위해 고안된 허위의식으로서의 이데올로기 개념을 모두 받아들이는 건 아니다. 그람시와 알튀세가 그렇다.

1) 호명장치로서 이데올로기

생산력과 생산관계는 사회의 하부구조를 이루고 하부구조 위에 상부구조가 구축되며 자본주의 사회에서는 지배 세력이 체제에 내재된 모순을 은폐하고 피지배 계층으로 하여금 체제가 신뢰할 만할 것이라고 믿게 하기 위해 허위의식을 전파시킨다는 것이 정통 마르크스주의적 입장이지만³⁰⁾, 알튀세³¹⁾는 이런 경제적 환원주의에 반대한다. 자본주의의 내적 모순이 단순히 하부구조를 반영하는 것이 아니라 정치, 교육, 종교, 예술 등 소위 “이데올로기적 국가 장치들”(Appareils Idéologiques d’État)과 사회적 생산관계가 복합적으로 얹히면서 모순이 “중층적으로 결정”된다고 생각하기 때문이다. 그래서 이데올로기가 허위의식인지 아닌지는 그의 관심사가 아니다. 이데올로기란 것은 /나/와 현실의 관계를 단순히 반영하는

30) 칼 마르크스, 「정치경제학 비판을 위하여」, 김호균 옮김, 중원문화, 2007, 7~8쪽.

31) Althusser, Louis, “Idéologie et appareil idéologique d’État(Notes pour une recherche)”, *La Pensée* n° 151, 1970.

게 아니다. 오히려 그것이 없다면 현실 자체를 아예 경험할 수조차 없는 어떤 것이다. 그렇다면 이데올로기는 세계관의 다른 이름이라 할 수 있다.

알튀세에의 이데올로기론에서 우리가 주목하는 한 건 두 가지이다. 이데올로기가 의식을 구성하긴 하지만 의식이 허위의식은 아니라는 점과 이데올로기가 물질 토대(“이데올로기적 국가 장치”)를 갖는다는 것이다. 이데올로기란 그것을 생산, 유포하는 이데올로기적 국가 장치가 있기 이전부터 자유롭게 의식들 사이를 떠돌아다니는 어떤 것이 아니다. 물질 토대가 없다면 이데올로기도 없다, 기표의 질료(matter of signifier)가 없다면 기의의 형식(form of signified)도 존재할 수 없는 것처럼 말이다. 그리고 이데올로기의 물질 토대와 관련해서 흥미로운 개념이 바로 “호명”(apellation)이다. 호명이란 가족, 학교, 미디어, 종교단체 등이 전파하는 이데올로기 담론들을 통해 개개인이 주체로 구성되는 방식을 뜻한다. 예를 들어, 사교육이 거대시장으로 변모된 우리의 현실에서 아이들은 객관적으로 검증된 지식을 전수받기보다는 사회적 불평등과 분배의 모순을 “제도화하는 형태로 지식을 배우는데”³²⁾, 이를 두고 알튀세는 공교육이라는 국가장치를 통해 이데올로기가 우리를 주체로 부른다고 말할 것이다.

앞서 우리는 세월호 참사 보도를 언급하면서 뉴스내용(의미형식)이 당시 진도 앞바다에서 벌어지고 있었던 상황(의미화된 ‘사물’)과 부합하지 않았다고 지적한 바 있는데, 뉴스 또한 훌륭한 호명장치이다. 미디어 표상을 통해 결정권자(편집 책임자, 미디어 소유주, 국가 최고 책임자 등)가 시청자를 호명함으로써 시청자가 자발적으로 공권력의 보호 하에 있는 주체로서 자신의 정체성을 구성하도록 유도한 것이나 다름없기 때문이다. 하지만 이데올로기적 국가장치로서 호명 개념에서 주목해야 하는 점은 호명을 통해 구성된 주체가 ‘상상’의 주체라는 것이다. 표상의 주체에

32) 다이안 맥도넬, 「담론이란 무엇인가: 알튀세 입장에서의 푸코·포스트모더니즘 비판」, 임상훈 옮김, 한울, 1992, 49쪽에 재인용.

게는 의미형식이 의미화된 ‘사물’의 실제모습과 부합하는 지 아닌 지는 중요하지 않다. 호명된 그대로 연출된 이미지에 시청자가 자신을 동일시함으로써 정체성이 완성된다고 믿게 하는 게 호명장치로서 뉴스의 이데올로기적 기능이다.

2) 해석 전략으로서의 헤게모니

호명을 중심으로 미디어 저널리즘의 이데올로기적 기능을 검토하다보니 의구심이 하나 생긴다. 오늘날 TV 시청자들이 수동적 존재인가? 미디어 담론이 호명하는 대로 그들의 정체성이 조작되는가? 사실 호명은 메시지 발신자 중심의 이데올로기론에서 파생된 개념이라서, “소음”, 수신자의 피드백, 발신자와 수신자의 상호작용, 해석학적 전유(hermeneutic appropriation) 등의 중요성을 제대로 조명하지 못한다는 비판에서 자유롭지 못하다. 그렇다면 편향된 시각을 교정하려면 어떻게 해야 하는가? 그람시의 헤게모니 개념이 도움이 될 듯하다.

헤게모니 개념에서 우리가 주목하는 건 세 가지이다. 지배 이데올로기는 ‘상식’(common sense)처럼 자연스럽게 받아들여지고, 상이한 이해관계를 지닌 세력들 간의 긴장관계 속에서 상식이 끊임없이 변화할 수 있으며, 무엇을 상식으로 받아들일지 할지를 놓고 벌이는 파워게임은 필연적으로 “교섭”(negociation)이라는 또 다른 중요한 개념을 낳는다는 점이다.³³⁾ 헤게모니는 특정 계급이 다른 계급에 휘두르는 힘이 아니다. 상이한 계층들 사이에서 권력이 교섭되는 과정이다. 정통 마르크스주의자들이 권력을 계급 간 “투쟁”(struggle)이라는 용어로 설명했다면, 그람시는 계층 간 혹은 국가와 특정 계층의 “동맹”(alliance)의 문제를 제기한다.³⁴⁾

33) Hall Stuart, Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B., *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, London: Macmillan. London: Macmillan Press, 1978.

34) Lash, Scott, "Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation?", *Theory, Culture, and Society* 24(3), 2007: 55~78.

국가가 “겉으로는 부드럽게 세련된 교화 장치를 사용하여 ‘한 사회그룹의 헤게모니가 전체 국가’에 행사되도록 할 수 있는 것”³⁵⁾도 이런 동맹이 있기에 가능하다.

그런데 특히 우리의 눈길을 끄는 건 가장 영향력 있는 문화연구자 중 한 사람인 홀이 그람시의 헤게모니 개념을 발전시켜 미디어 메시지 해석 양상을 지배적-헤게모니적 해독(Dominant-hegemonic reading), 저항적(Oppositional) 해독, 교섭적(Negotiated) 해독으로 나눈다는 사실이다³⁶⁾. 그람시의 헤게모니 개념과 홀의 해석이론을 통해 호명장치로서 미디어 담론에 대처하는 방법으로 적어도 다음 세 가지를 생각해 볼 수 있기 때문이다. 첫째, 보도 책임자나 미디어 소유주가 우리를 호명하는 그대로 보도 내용을 받아들이는 것이다(지배적-헤게모니적 해독). 둘째, 뉴스란 것이 일방적인 메시지 전달이 아니라 수신자가 메시지에 가하는 피드백을 포함해야 한다고 생각하고, 상이한 이해관계를 가진 사람들이 의미를 두고 벌이는 협상과정으로 보도내용을 이해하는 것이다(교섭적 해독). 셋째, 미디어 담론을 통해 전파되는 지배 이데올로기에 아예 저항하는 것이다(저항적 해독). 그렇다면 셋 중 오늘날 미디어 환경을 이해하는 데 가장 잘 적합한 해석 전략은 무엇일까?

오늘날 콘텐츠 사용자는 지배 이데올로기가 호명하는 대로 자신의 정체성을 구축하는 수동적 존재가 아니다. 호명에 즉각적으로 피드백을 가하고 다른 유저들과도 실시간 상호작용을 통해 의견을 공유하고 정보를 취득할 뿐만 아니라 수신된 메시지나 콘텐츠를 자신의 의도에 맞게 변용하고 창조하고 다시 유포시키는 데 귀재이다. 예를 들어, “Wikipedia”는 정보의 재해석을 통해 새로운 콘텐츠를 만드는 ‘창조적 공유’의 좋은 사

35) 다이안, 앞의 책, 51쪽. 저자가 강조함.

36) Hall, Stuart, "Encoding / Decoding" In Hall, D. Hobson, A. Lowe, and P. Willis (eds), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, London; Hutchinson, 1980: 128-138; Davis, Helen, *Understanding Stuart Hall*, London: Sage, 2004.

레이다. 지배담론에 저항하고 그 의미를 변형시켜 유포시킬 때 수신자는 창조적 공유에서 영감을 길어내는 “프로슈머”가 된다. 따라서 저항적 해독 능력이야말로 유저가 21세기 미디어 환경 속에서 프로슈머로 살아가기 위해 갖추어야할 자질이라 할 수 있다.³⁷⁾

V. 콘텐츠로서의 문화

21세기 들어 문화연구의 상황과 연구자들이 풀어야 할 문제의 성격은 많이 달라졌다. 미디어가 세상을 보다 잘 인식하게 해 주고 민주주의를 강화하는 데 도움을 준다고 옹호하거나 문화산업이 지배 이데올로기를 정당화하고 허위의식을 전파하는 게이트키퍼로서 역기능을 고발하기보다는 오히려 문화의 ‘생산력’에 주목하는 추세이다. 문화의 역할에 대한 달라진 인식 변화는 그 중 하나이다.³⁸⁾

문화는 이제 기획하고 경영해야 할 ‘콘텐츠’로 간주되는가 하면 국민 삶의 질적 향상을 도모하기 위한 정책의 대상으로 주목받고 있다. 또한 소외와 공동화가 일상화된 현대 사회에서 공동체의식을 되살리는 정치·경제적 해법으로 문화사업이 활용되기도 한다. 한편, 학계에서는 문화브랜드 인지 과정, 문화콘텐츠의 의미 구조 및 해석 과정, 문화원형의 스토리텔링 및 콘텐츠로의 산업화 등에 대한 연구가 활발하게 진행 중이다.³⁹⁾ 이런 맥락에서 연구자들은 다음과 같은 질문을 던질 수 있다. 가령 지역

37) Edgar Andrew and Peter Sedgwick, *Cultural Theory: The Key Concepts*(2nd edition), NY: Routledge, 2005, p.165.

38) “유럽연합은 지금 글로벌화 되어가고 있는 세계적 상황에 직면하여 문화를 중요한 화두로 제시하며 문화의 역할과 그 정책적 대안들을 채택해 나가고 있다.” (홍종열, 앞의 책, 13쪽.)

39) 박치완 외, 『문화콘텐츠와 문화코드: 글로벌시대를 디자인하다』, 한국외국어대학교 출판부, 2011; 최혜실, 『스토리텔링, 그 매혹의 과학: 이야기의 본질과 활용』, 한울아카데미, 2011; 사라 더럼 지음, 박여진 옮김, 『브랜드레이징: 비영리단체의 브랜드마케팅 노하우 A to Z』, 나남, 2013.

정체성을 표상하는 문화상품이 잠재적 문화소비자로 하여금 도시 브랜드 이름을 얼마나 빨리 기억하고 회상하게 하는가? 브랜드 이미지는 어떤 내용으로 연상되는가? 랜드마크 같은 시각기호들(visual signs)이 연상 작용을 촉진(trigger)하는가? 효과적으로 설득을 위해 흥미롭게 이야기를 전달해야하는 메시지 발신자(화자, 연사, 저자, 문화기획자 등)와 자신의 경험과 지식 그리고 상상력을 동원해 스토리를 이해하는 수신자(청자, 청중, 독자, 문화소비자 등) 간의 상호작용은 어떻게 이루어지는가?

한편, 우리는 문화콘텐츠를 어떻게 이해하는가? 앞서 우리는 소쉬르를 따라 ‘사회적 삶 속에서 기호의 삶’을 연구하기 위해서는 유연한 구조 개념과 함께 마음과의 관계 속에서 기호현상을 고찰할 필요가 있으며, 또한 통합기호학의 견지에서 문화를 규정함에 있어 “자신 이외의 다른 어떤 것을 지시하는 표상의 도구로, 그 내적 구조는 (명시적이든 암묵적이든) ‘코드’들로 조직되고, 코드화된 정보를 토대로 사람들의 상호작용이 이루어지며, 따라서 (사회적, 정치적, 역사적) 맥락을 감안해서 정보매체인 표상의 의미를 파악해야 하는 기호현상”으로 간주한 바 있다. 이를 토대로 우리는 문화콘텐츠를 다음처럼 규정하고자 한다:

- 문화는 집단에 의해 획득, 보존, 변형되는 정보들의 총체이다,
- 정보는 언어, 이미지, 제스처, 음악, 의상, 무대장치 따위의 기호들로 구현된다,
- 콘텐츠는 기호들로 이루어진 정보 매체이다,
- 커뮤니케이션은 콘텐츠를 생산하고 해석하는 실천이다,
- 맥락의 개입으로 콘텐츠는 새롭게 부호화된다,
- 콘텐츠의 생산, 해석, 그리고 전유를 둘러싸고 벌어지는 지식/권력의 역학관계를 오롯이 파악해야 한다.

VI. 문화경영

그렇다면 콘텐츠가 관리대상인 문화경영이란 무엇인가? 그 생산력이 부각되는 방식으로 문화에 대한 인식이 변화하는 것에 발마추어 문화기관 운영이나 문화기획을 전문가에게 위임해 사업을 효과적으로 관리·운영할 필요성이 제기되는 상황에서 나온 개념으로, 크게 “문화를 위한 경영”, “문화예술을 통한 경영”, “문화적 경영”으로 그 유형을 분류할 수 있다⁴⁰⁾.

문화를 위한 경영이란 경영학의 개념들을 활용해서 문화 관련 기관이나 단체를 운영하는 것이고, 문화예술을 통한 경영은 문화가 지닌 가치를 활용해 새로운 성과를 창출하는 행위이며, 문화적 경영은 문화사업을 통해 공동체의식을 고양함으로써 궁극적으로 문화국가를 구현하는 것으로 규정된다. 본고에서 우리는 특히 문화적 경영에 주목하고자 하는데, 이는 곧 우리가 문화경영을 ‘문화로 아름다운 나라’⁴¹⁾에 이르는 수단으로서 문화정치와 동의어처럼 사용한다는 것을 뜻한다.

다음으로 우리는 프랑스 식 문화경영 모델⁴²⁾을 도입해서 문화적 경영에 대한 본격적인 논의를 전개하고자 한다. 관련 모델에 따르면, 문화경영은 크게 두 축으로 구성된다. 정책 결정권자와 매개자가 관련되는 “문화정책”과 창작자와 공중을 연결하는 “문화시장”이 그것이다.

40) 심보선, 강윤주, 전수환, 「문화사회학적 견지에서 바라본 문화예술경영의 시론적 고찰: 시민성, 지역성, 예술성 개념을 중심으로」, 『문화와 사회』 8권, 문화사회학회, 2010.

41) “나는 우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다. (...) 우리의 부력(富力)은 우리의 생활을 풍족히 할 만하고, 우리의 강력(強力)은 남의 침략을 막을 만하면 족하다. 오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다. 문화의 힘은 우리 자신을 행복되게 하고, 나아가서 남에게 행복을 주겠기 때문이다.” (“나의 소원” 중에서 -백범 김구-)

42) Mollard, C., *L'Ingenierie culturelle*, Paris: PUF, 2009; 전형연, 「프랑스 문화경영(cultural management) 시스템 연구: 한국형 문화경영 시스템을 위한 문화기호학적 접근」, 『기호학 연구』 32집, 한국기호학회, 2012.

1. 문화시장

창작자는 상품 생산자 그 이상이다. 특정 사회집단에 고유한 문화정보들을 특정 코드(들)를 기반으로 ‘콘텐츠’의 형태로 부호화하는 한 실천가이다. 창작자와 함께 문화시장의 또 다른 축을 구성하는 공중 역시 ‘소비자’로 환원할 수 없다. 사회적 역학관계를 고려해서 문화상품(텍스트)에 새로운 의미를 부여하고 변형시키고 전유하는 또 다른 실천가이다. 과거에는 공급자 중심으로 정책이 입안되면서 보통 대중의 다양한 성격이 간과된 게 사실이었지만, 오늘날 공중이 프로슈머로서 콘텐츠의 필수 구성성분으로 간주됨에 따라 소비자 중심으로 정책 방향이 바뀌는 추세이다. 이에 성(gender), 연령, 교육수준, 사회-경제적 위상 등 문화상품 소비자의 다양한 “아비투스”를 오롯이 인식하는 일이야말로 맞춤형 문화정책 수립을 위한 선결조건이다.

2. 문화정책

결정권자란 비전과 조직철학을 가지고 있고 안정적인 재정을 기반으로 정치·행정조직을 갖추고 있으며 이를 기반으로 실질적인 영향력을 발휘할 수 있는 주체로, 국가, 지자체, 지역 문화예술인들을 위한 협동조합 등이 이 범주에 속한다. 그렇다면 결정권자의 역할은 무엇인가? 창작자의 권리 보호를 위한 제도적 장치를 마련하고, 창작 욕구를 진작하는 동시에 문화 소비자의 ‘상품’ 접근성을 높여야 한다. 또한 문화상품의 유통 구조를 합리화하고, 문화민주주의의 일환으로 사회자본을 문화영역으로 재투자해야 하며, 문화예술 관련 교육 기회를 제공하는 것 역시 결정권자에게 부여된 임무이다. 물론 정치, 경제, 지성계와 어떤 관계를 맺느냐에 따라 유동적이겠지만, 우리는 결정권자의 활동 영역을 크게 다음 다섯 가지로 정리하고자 한다.⁴³⁾ 콘텐츠 생산 장려, 문화 소비 욕구 창출, 합리적인 유

43) 장 미셸, 「문화는 정치다: 왜 프랑스는 문화정치를 발명했는가?」, 목수정 옮김, 동녘,

통망 구비, 문화사업으로의 재분배, 문화예술 교육이다. 그런데 이런 일들을 성공적으로 수행하기 위해 결정권자와 매개자와의 긴밀한 협력은 필수적이다.

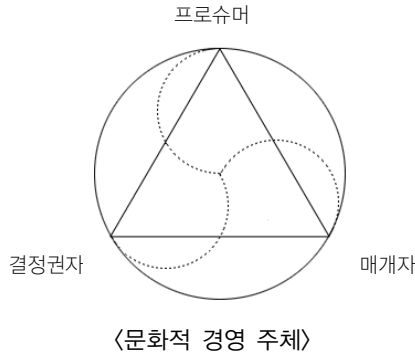
매개자란 대학, 비평가, 미디어, 정책 홍보팀 등을 지칭하는 개념 범주로, 비평, 문화예술 교육 프로그램 기획, 창작자와 공중을 연결하는 소통 창구 마련 등을 주요 업무로 삼는다. 이런 영역들에서 활동하는 사람이라면 국가, 지자체, 기업, 메세나 등 문화사업 후원자의 조직철학이나 이데올로기적 성향을 파악하고 있어야 한다. 또한 창작자의 미적 사상과 공중의 취향 및 소비 행태에 대한 폭넓은 이해도 필요하다. 아울러 결정권자와의 유기적인 공조 속에서 정책 기조의 방향을 제시할 수 있어야 하며, 구체적인 프로그램을 디자인할 때 정치-경제적 차원을 무시해서도 안 된다.

중장기 차원의 경영 전략은 사실 문화정치의 필수요소이다. 문화정책으로 표출되는 권력의 의지, 창작자와 공급자 그리고 소비자를 매개하는 시장의 원리, 문화예술담론을 생산관리하는 전문가 집단의 미적 세계관 사이에서 조화와 균형을 찾아가면서 사업의 정당성을 입증해야 하기 때문이다. 게다가 이 모든 것이 복잡한 법률과 제도 틀 안에서 이루어져야 함은 주지의 사실이다. 창작의 자유를 침해하지 않으면서 지원하고, 창작자의 권리를 보장하며, 문화상품의 접근성을 높이면서 합리적인 유통 질서를 확립하고, 문화의 획일화 및 엘리트화에 반대하면서 훌륭한 예술 교육을 제공하고, 예술과 함께 호흡하면서 효과적인 사회통합수단이 되어야 하는 문화정치는 그래서 일견 모순적인 면도 있다.

지금까지 우리는 문화사업을 통해 연대의식을 강화하고 문화국가를 구현하는 것이 궁극적 목표인 문화적 경영의 주체들(프로슈머, 결정권자, 매개자)을 중심으로 문화시장과 정책의 관계를 논의했는데, 이를 다음과 같은 도식으로 요약하고자 한다⁴⁴⁾:

2011.

44) 이도훈, 『화쟁기호학, 이론과 실제』, 한양대학교 출판부, 1999; 윤성노, 「존재론적 도



실선으로 표시된 원은 문화경영이 이루어지는 특정한 시공간적 맥락이고, 원 내부의 삼각형은 관련 문화집단에 고유한 코드(들)를 토대로 부호화되고 해독되는 문화콘텐츠 (정확히 말하면 표현과 내용으로 구성된 ‘텍스트’)를 뜻한다. 그리고 문화경영 주체(프로슈머[창작자와 공중], 결정권자, 매개자)로부터 시작해서 텍스트의 중심부로 수렴되는 (또는 중심에서 외부로 방사형으로 뻗어나가는) 점선으로 표시된 세 개의 곡선은 텍스트와 콘텍스트가 상호작용하는 양상을 형상화하는데, 이런 상호작용을 촉진하기 위해 필요한 것이 바로 ‘문화마케팅’이다.

3. 문화마케팅

앞서 우리는 문화경영의 세 가지 의미(문화를 위한 경영, 문화예술을 통한 경영, 문화적 경영) 중 특히 문화적 경영에 주목한다고 밝힌 바 있는데, 공공재로서 문화가 지닌 가치를 브랜드로 기획하고 콘텐츠 사업으로 실현함으로써 연대의식을 고양하고 궁극적으로는 문화국가를 구현하기 위한 수단이 문화마케팅이다. 문화마케팅이란 정책과 시장을 이어주는 가교 역할을 하는 것으로 매개자와 긴밀한 공조를 유지하면서 정책

식 개발 -의미의 발생, 생성 그리고 텍스트에 대한 기호학적 고찰-], 기호학연구 23, 한국기호학회, 2008.

결정권자의 의지를 반영하고 문화시장에서 그 효용성을 검증받아야 하는 콘텐츠 개발 및 운영과 관련된 제반 활동으로 규정할 수 있다. 그렇다면 어떤 절차를 거쳐 문화마케팅 전략이 수립되며 고려사항은 무엇인가?

우선 어떤 유형의 문화·예술 사업을 진행할지 정할 때 사업 목적과 함께 목표 달성을 위해 관련 기관이나 단체가 실제로 활용 가능한 (재정적, 인적) 수단들을 목록으로 정리해 둔다. 그리고 시장 조사 및 미디어리서치 혹은 빅 데이터 분석을 통해 문화예술에 대한 타깃 집단의 트렌드와 기대치 그리고 주요 범주 특성을 파악한다. 또한 국내외 유사 문화예술 프로그램들을 비교·검토하고 포지셔닝을 통해 관련 프로젝트의 변별적 가치를 극대화할 필요가 있다. 그리고 이를 토대로 사업 타당성 평가가 이루어져야 한다. 그런 다음 잠재적 문화 소비자의 필요와 욕구에 부응하기 위해서는 구체적으로 어떤 유형의 프로그램을 개발할지 정해야 할 것이다. 이때 원형 분석을 통해 창작의 소재를 발굴하고, 적절한 홍보 전략 등도 다각도로 검토해야 할 것이다.

논의를 진전시키기에 앞서 기호학 연구에 왜 문화경영이 필요한지 잠시 생각해보자. 기호학은 이윤의 극대화에 쓰일 개념 제공자인가? 아니면 비도덕적 자본에 경고음을 보내는 첨병 역할을 해야 하는가?⁴⁵⁾ 혹은 경제적 이해관계와 학문의 사회적 책임을 중재하는 조정자인가? 기호학에 대한 기호학 답론, 메타인식의 문제이다.

이와 관련해서 본고의 목표는 상기할 만하다. 서두에서 우리는 가계소득과 기업소득 분배율의 불균형, 세습자본의 고착화, 그리고 이에 따른 빈부격차 및 사회적 불평등의 심화로 결국 국가경제가 장기정체에 빠진다는 것이 ‘21세기 자본’에 내재한 근본적 모순이고, 또한 과거에는 시장

45) 오늘날 시장 친화적 민주주의는 소수 자본가들에게만 유리하게 돌아가고(잉고 술체, 2014), 신자유주의의 거센 물결은 제3 세계뿐만 아니라 선진국 주민들의 삶을 황폐화시키고 있는 실정이다(데이비드 C. 코튼, 2014). 그래서 2008년 미국 발 세계 금융 위기로 드러난 월가의 비도덕성 그리고 그로 인해 촉발된 ‘99%의 반란’은 민주주의와 자본주의의 관계를 근본에서부터 재정립하고 더 나은 정신문화와 경제협력 체제를 향한 집단적 의지 표명의 장으로 볼 수 있다.

이외의 다른 사회-문화적 규범들로 조정되던 문화영역이 오늘날에는 시장논리에 따르는 사고방식으로 지배되고 있음을 지적했다. 그리고 이런 현실 인식을 토대로 경쟁 패러다임의 대안 찾기 일환으로 “시장의 도덕적 한계”를 정의의 관점에서 공론화함으로써 “문화와 자본의 균형을 회복”할 필요가 있으며, 이를 위해 문화산업을 바라보는 시각을 역사적으로 검토하고 문화적 경영 개념을 도입해서 콘텐츠의 가치를 중심에 두고 문화정치와 확장된 문화시장을 논의한다고 밝힌 바 있다. 이에 따라 우리에게 문화경영이 필요한 이유는 “보이지 않는 손”으로 문화시장을 신비화하기보다는 정부와 시장이 협업하고 개발과 환경을 함께 모색하며 이윤과 공익 사이에서 조화와 균형을 유지하면서 콘텐츠의 가치를 평가하는 생태적 사고방식을 중시하는 문화정치를 구상하고 이로써 차가운 자본으로 야기된 <세월호> 참사라는 야만의 상태를 벗어나는 데 일조하고자 하기 때문이다. 이런 문제의식을 염두에 두고 다음에는 동양식 정의관과 확장된 문화시장을 이야기해보자.

VII. 인의로서의 정의

지난 해 방한한 프란치스코 교황은 ‘평화란 단순히 전쟁이 없는 게 아니라 정의의 결과’라고 말했다. 그렇다면 정의란 무엇인가? 답 없는 질문이다. 아니, 답이 너무 많아 탈이다. 부시와 후세인 중 누가 덜 정의로울까? 전두환 전 대통령도 정의사회 구현을 외쳤다. 최근 인기리에 방영된 케이블TV 드라마 <나쁜 놈들 잡는 나쁜 녀석들>에서 악당에게 아들을 잃은 경찰청장은 말한다. 나쁜 놈들 패주는 게 정의라고. 정의가 무엇인지 묻는 건 올바른 질문이 아닌 듯하다. 누구를 향해 있지 않은 비 인칭형이기 때문이다.

영화 <명량>에서 아들 이회는 아버지 이순신에게 묻는다. 도대체 무엇을 위해 싸우느냐고. 이순신은 “의리를 위해 싸운다고” 답한다. 그러자

우리를 버린 임금에게 지킬 의리가 남아 있느냐고 아들이 반박한다. 백성에 대한 의리를 지키려 한다고 아버지는 말한다. 백성이 있음에 나라가 있고, 나라가 있어야 임금도 있는 법이라면서. “국민의, 국민에 의한, 국민을 위한”으로 대표되는 서구식 민주주의 국가 모델에는 빠진 고리가 하나 있다. ‘국민과 함께’(with people) 하는 여민동락(與民同樂)의 리더십이다.⁴⁶⁾ 나라의 근본인 백성에 의리를 다하고 그들과 함께 고통과 즐거움을 나누는 것이야말로 민주주의의 완성을 위해 필요한 마지막 퍼즐조각이다. 세종대왕이 여민동락을 군주가 지켜야 할 중요한 실천덕목으로 간주했던 것도 이런 맥락에서이다.⁴⁷⁾ 그렇다면 여민동락의 리더십은 어디서 발휘될 수 있는가?

‘사적’ 개인들이 모여 ‘공적’ 이해관계를 논의하는 “공론장”⁴⁸⁾은 그 중 하나이다.⁴⁹⁾ 그리고 자신의 이해관계에 따라 행동하기 마련인 개인들이 모여 공공의 이익을 논할 수 있으려면 무엇보다 먼저 공동체의 작동 원리에 따라야 한다. 그렇다면 이 원리란 무엇인가?

46) 우리나라 대표 기관들의 신뢰도 및 사회 기여도에 대한 국민 평가 조사에서 국회는 꼴찌였다(<2014년 10월 07일자 KBS 9시 뉴스>). 왜 이 지경이 된 걸까? <명량>에 열광하는 국민들이 정치에 대해서는 왜 그토록 불신과 무관심으로 일관하는 걸까? 권력놀음에 도취된 나머지 위정자들이 정작 누구와 함께 즐겨야 하고 누구에 대한 의리를 지켜야 하는지 망각하고 있는 탓은 아닐까? 그래서 진정한 대화상대자가 누군지 몰라 상황 전체를 잘못 정의하고 있고 그로 인해 자신과 대화상대방에게 왜곡된 자아 이미지를 투사하고 있는 건 아닌가? 이유야 어쨌든 위임자와 피위임자 간 현실 인식의 차이에서 오는 오해와 착각, “키프로코”(quiproquo)임에 틀림없다.

47) “백성과 함께 즐기는 여민동락의 정신없이 개인적으로 홀로 즐기는 독락에 빠진 사람은 어진 사람이 아니다. 현자의 존재방식은 군주가 아니라 군자였다. 비록 소인배라도 얼마든지 군주가 될 수 있었고, 군자라도 얼마든지 초야에 묻혀 살 수 있었다. 충녕(세종)은 주자의 성리학과 공맹의 핵심을 꿰뚫고 있었고 그에 따라 행동했다.”(최재혁, 정도상, 『백성을 섬긴 왕』, 시대의 창, 2009, 69쪽).

48) 위르겐 하버마스, 「공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구」, 한승완 옮김, 서울: 나남출판, 2004.

49) 앞서 언급했듯, 소쉬르는 기호론을 “사회적 삶 속에서 기호의 삶을 연구하는 학문”으로 규정하고 세미오시스 연구 패러다임은 의미와 커뮤니케이션으로 구분할 수 있는데, 여기서 우리의 관심은 공동체의 작동 원리와 관계 속에서 공론장의 소통 원리를 고찰하는 데 있다.

공자는 인(仁)을 말한다. 인이란 ‘친하는 것(親)이고 두 사람이 서로 함께 하는 것(興)’으로 유교사상의 핵심이다.⁵⁰⁾ 사실 그는 상황에 맞게 인을 다양하게 정의하는데, 그 중 가장 유명한 건 아마도 《논어》에 나오는 “극기복례”(克己復禮)일 것이다. 극기복례란 자신만을 생각하는 이기심을 버리고 공동체의 보편 원리인 예(禮)를 따라 인을 행하는 것이다. 편협한 자아를 극복하고 예로 돌아가 “예가 아니면 보지 말고, 예가 아니면 듣지 말며, 예가 아니면 말하지 말고, 예가 아니면 움직이지 말라”는 것이다. 그렇다면 왜 예를 따라 인을 행해야 하는가?

다른 사람의 아름다움을 이루어주기 위함이다⁵¹⁾. 이런 맥락에서 맹자는 공동체의 작동 원리로 인의(仁義)를 언급한다. 어진 것과 의로운 것을 따름으로써 궁극적으로 타자의 인격적 성장을 돕고 그(그녀)의 행복을 증진시키는 것이야말로 진정한 삶의 의미라고 믿기 때문이다⁵²⁾:

“맹자에 의하면 인간은 인의(仁義)의 본성을 실현함으로써 금수와 구별되는 인간의 지위를 확보한다. 인의예지는 인간의 존재 이치임과 동시에 천명으로서 인간의 당위 이치이다. 유교의 본성 개념이 갖는 가장 큰 장점 가운데 하나는 인성에 도덕적 생명성이 존재한다는 점일 것이다. 본성은 그 자체로서 사회관계의 원리가 된다.”

인의가 투사되는 공론장은 여민민주주의의 축소판이다. 그래서 공적 이해관계를 논하는 장에서 사적 이익을 옹호하는 것은 공동체의 작동 원리에 반하는 것일 뿐만 아니라 인성 자체를 거부하는 행위이다. 그리고

50) 한자의 기원을 설명해 놓은 설문해자(說文解字)를 보면, 소통(流通)의 流는 足(발족)과 流(흐를 유)가 합쳐진 글자(‘두 발이 보조를 맞춰 앞으로 나가다’)이고, 通은 辵(달릴 착)과 甬(대롱 동)의 합성어(‘막힘없이 달려가다’)이다. 그래서 동양식 소통을 ‘물이 빈 튜브 안을 따라 막힘없이 흐르듯 사람들을 하나로 묶어 목표를 향해 거침없이 나아가게 하는 것’으로 이해할 수 있을 텐데, 이런 소통의 동양적 어원이 인 사상과 일맥상통한다는 점은 주목할 만하다.

51) 신영복, 『강의』, 돌베개, 2004, 42쪽.

52) 이영찬, 『유교사회학』, 예문서원, 2002, 242~243쪽.

정의를 이야기하는 자리에서 우리가 공맹사상을 언급하는 이유 역시 정의가 무엇인지를 비 인칭 형으로 묻기보다는 인의에 내포된 소통관 및 공유 리더십(shared leadership)⁵³⁾을 성찰하는 편이 더 나아 보이기 때문이다. ‘나’는 함께 즐기는 사람인가? 그렇다면 누구와 함께 즐기는가? 의로운가? 그렇다면 ‘나’는 누구에 대한 의리를 지키는가? 소통하는가? 그렇다면 ‘나’는 누구와 역동적으로 상호작용하면서 목표를 향해 나아가는가? 이런 유형의 인칭 형 질문은 구체적인 맥락을 전제하고, 공론장에 참여하는 사람들에게 상대방의 말을 경청하고 합리적으로 합의를 도출해내는 능력을 요구하며, 공론장의 소통 원리(경청 및 합리적인 의사결정)와 공동체의 작동 원리(인의와 여민민주주의)를 ‘확장된’ 문화시장에 적용할 필요가 있다는 게 우리의 생각이다.

VIII. ‘확장된’ 문화시장

시장이란 무엇인가라는 물음에 어떤 답을 제시하느냐는 경제학 분야에서도 보수와 진보를 가르는 바로메타이다.⁵⁴⁾ 신자유주의 성향의 보수 경제학자들에 따르면, 1) 시장은 적자생존을 위한 투쟁의 장이고, 2) 자연선택의 결과인 시장에 사람이 개입해 인위적 질서를 세우려 해서는 안 되고, 3) 수요/공급 곡선으로 표출되는 “보이지 않는 손”으로 시장의 질서를 설명해야 하고, 4) 경제학은 시장을 사회적 맥락과는 무관하게 작동하는 자율 시스템으로 취급해야 한다. 반면, 마르크스⁵⁵⁾는 경제구조 한 복판에는 이미 계급 갈등이나 투쟁 같은 사회-정치적 요소들이 작동하고 있기

53) “개인들과 집단들이 역동적으로 서로에게 영향을 주고받으면서 조직의 목표를 달성 해가는 과정” (Pearce, C. L., & Conger, J.A., *Shared leadership: reframing the hows and whys of leadership*, New York: Sage Publications, Inc, 2002, p.1).

54) 니컬러스 워숏 지음, 김홍식 옮김, 『케인스 하이에크: 세계 경제와 정치 지형을 바꾼 세기의 대격돌』, 부키, 2014.

55) 칼 마르크스, 앞의 책.

때문에 경제활동을 정치와 분리해서 사유할 수 없다고 본다. 따라서 경제학은 ‘경제과학’이라기보다는 ‘정치경제학’에 가깝다. 그리고 피케티는 여기서 한 걸음 더 나아가 경제학이 “정치적이고 규범적이며 도덕적 목적을 지”⁵⁶⁾니며 따라서 정의의 차원에서 경제적 불평등 및 그로 인한 사회적 차별을 이야기할 필요가 있다고 주장한다.⁵⁷⁾ 그렇다면 문화경영의 관점에서 문화시장과 문화정책의 관계를 다루는 사회기호학은 어떤 입장을 견지함이 옳은가?

인의 기반 정의관과 여민주주의를 인식론적 배경으로 마르크스와 피케티의 주장을 수용함으로써, 1) 시장에서 인간은 사리사욕을 채우는 데 유리한 쪽으로만 행동한다는 틀에 박힌 고정관념을 버리고, 2) 시장이 수단이 아니라 목적으로 전도된 상황을 도구적 이성으로 합리화하는 기술 관료주의적 사고방식에서 탈피하고, 3) 경제활동이 시장논리 이외의 다른 사회-문화적 규범들로 결정될 수 있다는 점을 인정할 필요가 있다는 것이 우리의 생각이다. 문제는 문화시장의 내부와 외부의 경계를 명확히 구분 짓기보다는 확장된 경제관념을 적용함으로써 이윤과 공익 사이에서 콘텐츠의 ‘가치’를 사유하는 일이 ‘정통’ 경제학 교과서에 나오는 내용과 부합하지 않는다는 점이다. 그렇다면 어떻게 해야 시장의 안팎을 가로지르면서 가치를 사유할 수 있는가?

IX. 생태적 경제 사슬

무엇보다 먼저 “상자 밖에서 생각”⁵⁸⁾할 수 있어야 하며, 이를 위해 “운동학적 사슬”(kinetic chain) 개념을 도입해 문화시장을 들여다보자는 것이

56) 토마 피케티, 앞의 책, 692쪽.

57) 토마 피케티, 앞의 책, 45쪽, 572쪽.

58) 김정원, 『상자 밖에서 생각하라: 신문의 행간(行間)에서 세상을 읽다: 김정원의 1분 경영노트』, 이른아침, 2012.

우리의 제안이다. 운동학(Kinetics)이란 “공간에서의 점들과 신체가 움직이는 것을 연구”⁵⁹⁾하는 학문이다, 예컨대, 어떤 사물을 가리킬 때 우리는 손가락만 사용하는 게 아니라 어깨, 팔꿈치, 손목 부위의 뼈와 관절 그리고 관련 근육들을 지시체 방향에 맞추어 움직이고 조율한다. 하나를 다른 것들과 독립적으로 움직일 수는 없다. 걷는 건 더 복잡하다. 발, 발목, 무릎, 고관절 뿐 아니라 보폭에 맞춰 팔 움직임도 조절한다. 몸 전체가 하나의 사슬로 연결된다고 해도 과언은 아니다. 그렇다면 운동학적 사슬과 본고의 방법론인 사회기호학과는 어떤 관련이 있는가?

앞서 우리는 사회기호학이 의미의 생성 및 변천 과정 속에서 복잡하게 상호작용하는 요소들을 고려해서 다차원적으로 세미오시스에 접근하는 의미의 동역학 중심에 있으며 특히 “지식-권력관계를 염두에 두고 기호체계와 체계 외부의 정치-경제적 과정들 사이에 형성되는 관계들”을 분석한다고 지적한 바 있다. 또한 기호현상을 체계적으로 접근한다는 점에서 구조주의에 동의하지만, 기호체계가 불안정한 비평형 상태의 소산구조(dissipative structure)를 품고 있다는 점에서는 ‘유연한’ 구조 개념을 선호하며, 기호 사용자 집단과 (역사-문화적) 기호 사용 환경 사이에서 끊임 없이 자기 조직하는 “비선형 복잡계”(non-linear complex system) 현상으로 세미오시스를 규정한다고 밝힌 바 있다. 따라서 우리가 문화시장의 안과 밖을 ‘구분하면서 동시에 연결하는’ 운동학적 경제 사슬에 방법론적 우선권을 부여하는 것은 위상학적(topological) 관계 및 ‘분절’(articulation)을 강조하는 사회기호학 및 복잡계 연구 패러다임의 자연스런 귀결이다.

이런 운동학적 사슬 개념을 시장 기능에 적용하면, 시장을 사회에서 떼어내 그 내적 메커니즘에 전착하고 수요/공급 곡선 같은 ‘순수하게 경제적인 요소들’만 가지고 상품 가격을 설명하는 건 경제 사슬의 일부만 보는 ‘순수하게 이론적인 사고’처럼 보인다, 마치 달을 지시하는 데 손가락

59) 입케 박스무트, 「커뮤니케이션: 인간, 동물, 인공지능」, 장병탁·최윤영 옮김, 서울대학교출판문화원, 2014, 132쪽.

만 주목하는 것처럼 말이다. 하지만 “아무도 섬이 아니다”라는 John Donne의 명언을 약간 패러디하자면, ‘시장은 섬이 아니다.’ 시장 안에서의 경제활동은 시장 외부의 변수들(경제정책, 정부와 시장의 관계, 소득 재분배 양산, 빈부격차, “윤리적 소비 운동”에 반영된 시민의식, 사회 정의의 실현 정도, 국제적 차원의 공조시스템 등)에 제약을 받는다는 말이다. 그리고 시장이 사회와 무관하게 존재하는 자율 시스템이 아니라면, 이제는 시장을 이용하는 사람들과 (사회-문화적, 역사적) 시장 사용 맥락을 팔호 치는 시장만능주의의 굴레를 벗어나 연대, 윤리, 공공선의 차원에서 경제활동을 조명할 때라는 게 우리의 결론이다.

X. 나가기

효율과 생산성이라는 명목 하에 인간성이 희생되고 시장에서 살아남은 자가 모든 것을 취하는 걸 미덕으로 여기는 야만적 경쟁주의가 세월호 참사를 낳았고, 범적자생존론이 우리의 일상을 지배한 데에는 시장에 대한 보수 경제학 이론도 일조했으며, 경제(학)가 “정치적이고 규범적이며 도덕적”이며 그래서 시장에 대해 논의하는 일이 경제학자들에게만 국한된 문제가 아니라는 인식 하에, 본고에서 우리는 정의의 관점에서 사회기호학이 문화시장에 대해 무엇을 말할 수 있고 또 무엇을 말해야하는 지를 결정하는 “담론의 질서”⁶⁰⁾를 문제시하고자 했다. 이를 위해 문화산업에 대한 문화연구자들의 입장을 비판적으로 수용하고, 콘텐츠가 최근 학문의 영역으로 부상하는 인식론적 맥락을 짚어 보았으며, 또한 프랑수아식 문화경영을 도입해서 문화정치에 부여된 임무와 확장된 문화시장의 역할에 대해 논의했다. 아울러 여민주주의의 축소판으로서 공론장의 작동 원리를 인의의 관점에서 접근함으로써 동양적 정의관을 규정해 보았고,

60) Foucault, Michel, *L'Ordre du discours*, Gallimard, 1971, pp.10~11.

마지막으로 생태적 경제 사슬 개념을 도입해서 성장 중심의 시장주의에
노정된 “도덕적 한계”를 극복할 수 있는 방안을 제시했다.

그렇다면 본고는 결국 “통합적 세계관을 확립하는 신념 및 가정 체
계”⁶¹⁾로서 패러다임의 전환을 준비하는 것과 맞먹는 일이며, 이런 패러
다임의 전환은 <세월호> 참사로 야기된 위기를 극복함과 동시에 백범 김
구 선생이 그토록 바라던 ‘문화로 아름다운 나라’를 실현하기 위해 거쳐
야할 통과의례와 같다고 볼 수 있다. 그렇다면 이런 방식으로 패러다임의
전환을 준비하려면 무엇이 필요한가? 본고의 내용을 토대로 이에 대한
우리의 입장을 정리하는 것으로 글을 마무리하고자 한다.

토론 1

최근 고양시에 “문화 창조 융합 센터”가 들어섰다. 지금 우리의 시대가
창의력이 성장의 원동력이며 꿈과 감성이 상품으로 팔리는 “드림 소사이
어터”⁶²⁾의 시대라는 점을 감안하면 기술과 상상력을 접목하는 콘텐츠 산
업을 선도함으로써 미래의 부를 거머쥐기 위한 전략적 선택으로 이해할
수 있다. 창조하려면 창의력을 갖추어야 한다. 그런데 시장을 움직이는
“보이지 않는 손”만 운운할 뿐 정작 그 손을 움직이게 하는 게 무엇인지
는 설명하지 못하는 보수 경제학이론들로는 그리하기 어렵다. 상자 안에
서 생각하도록 유도하기 때문이다. 상자에서 벗어나 창의적 사고력을 키
우려면 틀에 박힌 경제학적 고정관념, 즉 1) 시장에서 사람들은 욕망(본
능) 충족에 유리한 쪽으로 행동하고, 2) 시장은 사회에 대한 독립변수이
고, 3) 이성을 본능 충족을 위한 도구(도구적 이성)로 간주하고 시장 그
자체를 목적으로 취급해야 한다는 순 이론적 사고에 저항할 필요가 있다.
이런 방식으로 상자에서 나올 수 있다면 다차원적으로 생각할 수 있고,

61) Kuhn, Thomas S., *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago and London: University of Chicago Press, 1962.

62) 로프 엔센 지음, 서정환 옮김, 『드림 소사이어티: 꿈과 감성을 파는 사회』, 한국능률협
회, 2000.

다차원적으로 사고하게 되면 나무(시장질서)가 아니라 숲(사회질서)을 볼 수 있으며, 숲을 볼 때의 세상은 나무를 볼 때의 그것과는 사뭇 다르다. 그렇다고 상자 밖 사유 전략이 시장경제에만 국한되는 건 아니다. 유연한 구조 개념을 기반으로 세미오시스를 복잡계 현상으로 간주하는 기호학 연구자에게 그것은 1) 인식의 주체(연구자)와 객체(연구대상)의 객관적 경계를 설정하지 않고(관찰자의 역설), 2) 제도권 지식이 현장 지식에 우선하지 않으며(민족지학적 가설), 3) 학문 활동이 가치중립적이라기보다는 다양한 형태로 권력이나 자본과 연관되어 있음을 인정하는 것을 뜻한다(푸코 식 지식/권력 이론).

토론 2

범적자생존론은 제로섬게임의 또 다른 이름이며 자본과 지식의 공모가 낳은 인식론적 오류일 뿐이다. 왜 오류인가? 진화는 나 혼자만의 달리기 아니다. 영원한 강자도 없다. 강자와 약자의 관계는 유동적이며 쌍방향적이다. 자연계에는 경쟁도 있지만 협동도 있다. 그래서 지구 생태계와 진화를 이야기할 때 적자생존만큼 공진화(co-evolution)도 필요하다. 주어진 환경에서 공생관계를 맺는 개체들이 서로에게 필요한 만큼 적응하면서 터득하는 공존의 지혜가 진화메커니즘이 들려주는 메시지라면, 그리고 진화가 우연의 소산이라고 주장하는 “빅뱅설”⁶³⁾이 옳다면, 진화는 더 이상 진보적이라거나 목적 지향적(teleological)이 아니라 기회주의적이지자 확률의 문제이다. 환경에 가장 잘 적응한 개체가 살아남는다기보다는 운 좋게 마지막까지 남은 개체들이 승리자가 되는 것이 진화의 본질일 수도 있다는 말이다. 그리고 환경에 필요한 만큼 적응한 대다수 개체들의 행복을 증진하는 방향으로 자연선택이 작용한다면, 최적의 적응도를 보이는

63) Gould, Stephen J. and Lewontin, Richard C., "The Spandrels of San Marco and the Panglossian Paradigm: A Critique of the Adaptationist Programme", *Proceeding of the Royal Society of London*, Series B 205, 1979: 581-98.

개체가 그렇지 못한 대다수 개체들의 존재와 권리를 결정하는 관행을 합리화하는 범적자생존론은 오류이다. 그리고 범적자생존론을 토대로 삼는 신자유주의 경제 패러다임의 대안으로 우리가 제시하는 바는 정부와 시장이 협업하고, 성장과 환경을 함께 모색하고, 이윤과 공공성 사이에서 조화와 균형을 찾고, 상업경제와 공유경제에 동등한 가치를 부여하고, 사회적 이해관계보다는 공동체의 ‘아름다움’을 앞세우는 생태적 사고에 기초하는 문화정치를 진작시키자는 것이다.

토론 3.

16세기 이래 자연과학은 세계를 총체적으로 이해하기 보다는 부분으로 잘게 나누는 데 익숙하다. 문제는 이런 분석적 환원주의가 데카르트의 “방법론적 회의”를 낳았고, 더 이상 의심할 수 없는 확실한 인식의 토대로 코지토를 상정했으며, 주/객체를 위계적 서열관계로 분류하는 양항 대립적 사고방식은 다시 “동양에 대해 진술하고, 동양에 대한 관점을 주관하며, 동양을 묘사하고 가르치고 결론짓고 지배함으로써 그것을 다루는 종합적 규범”⁶⁴⁾으로서의 오리엔탈리즘으로 이어졌다는 데 있다. 그리고 이런 ‘근대성’의 폐해는 사소한 문제가 아니다. 자연은 더 이상 더불어 살아가야할 파트너가 아니라 인간을 위해 변형되어 마땅한 ‘사물’로 전락했고, 이런 인식의 오류는 소비 중심 사회, 무분별한 자원 개발, 생태계 파괴로 이어졌다. 우리가 개발과 성장을 향해 치닫는 동안 지금도 지구는 계속 더워지고 빙하는 줄어들고 해수면은 상승하고 있다. 그렇다고 상황이 우리에게 유리하게 돌아가는 것도 아니다. 인간 소외, 도덕 불감증, 생명 경시, 시장만능주의, 집단이기주의, 공동체의식의 붕괴는 도구적 이성 과 기술 관료주의로 대표되는 근대성이 낳은 병폐 중 일부이며, 이런 근대성 징후들이 원인으로 지목되는 <세월호> 참사 앞에서 ‘진보’는 요원할 뿐이다. 그렇다면 오리엔탈리즘 및 도구적 합리주의에 대한 우리의 대

64) 지아우딘 사르다르, 보린 반 룬 그림, 앞의 책, 113쪽.

안은 무엇인가? 공맹사상에 내포된 소통의 원리를 재평가하고 여민민주주의 관점에서 공동체 및 공론장의 작동 원리를 고찰할 필요가 있다는 것이다. 동양의 관점에서 보면 소통이란 소통에 참여하는 사람들 사이의 친화력(親)을 높여 함께 즐길 수 있는 공감대를 형성하고, 구성원들을 한 마음으로 묶어 공동체의 아름다움을 이루기 위해 자기만을 생각하는 이기심을 버리고 예를 따라 인을 실천하는 것이다. 메시지 송수신 과정 자체가 소통은 아니다. 수사학을 익혀 상대방을 설득하는 게 소통의 본질도 아니다. 타자와 공동선에 등을 돌리는 설득수사학과 의미를 메시지에 담긴 정보와 동일시하는 공학적 소통관으로는 <세월호>가 초래한 야만의 질곡에서 벗어나 정부와 시장의 협업, 개발과 환경을 함께 모색하는 생태적 사고방식, 공동선에 토대를 두는 “자본주의 4.0”⁶⁵⁾을 대비할 수 없다. 화합과 연대가 소통의 전제조건이고, 말뜻에 갇든 마음을 헤아리는 게 소통능력의 핵심이며, 예를 따라 인을 행하고 어진 것과 의로운 것을 따름으로써 타자의 인격적 성장을 돕고 그(그녀)들의 행복을 증진시키는 것이야말로 소통행위에 내재된 보편적 가치이자 진정한 삶의 의미임을 인식할 때이다.

65) 아나톨 칼레츠키, 『자본주의 4.0 : 신자유주의를 대체할 새로운 경제 패러다임』, 위선주 옮김, 컬처앤스토리, 2011.

참고문헌

- 김정원, 「상자 밖에서 생각하라: 신문의 행간(行間)에서 세상을 읽다: 김정원의 1분 경영노트」, 이른아침, 2012.
- 니컬러스 윌슨, 「케인스 하이에크: 세계 경제와 정치 지형을 바꾼 세기의 대격돌」, 김홍식 옮김, 부키, 2014.
- 다يان 맥도넬, 「담론이란 무엇인가: 알튀세 입장에서의 푸코·포스트맑시즘 비판」, 임상훈 옮김, 한울, 1992.
- 데이비드 C. 코튼, 「경제가 성장하면 우리는 정말로 행복해질까: 나와 당신은 과연 성장의 과실을 공정하게 분배받고 있는가」, 김경숙 옮김, 사이, 2014.
- 롤프 엔센, 「드림 소사이터: 꿈과 감성을 파는 사회」, 서정환 옮김, 한국능률협회, 2000.
- 박치완 외, 「문화콘텐츠와 문화코드: 글로컬시대를 디자인하다」, 한국외국어대학교 출판부, 2011.
- 설진아, 「이집트 민주화 혁명에서 SNS와 소셜 저널리즘: 페이스북의 사례분석을 중심으로」, 『한국언론정보학보』 58호, 한국언론정보학회, 2012, 7~30쪽.
- 입케 박스무트, 「커뮤니케이션: 인간, 동물, 인공지능」, 장병탁·최윤영 옮김, 서울대학교출판문화원, 2014.
- 사라 더럼, 「브랜드레이징: 비영리단체의 브랜드마케팅 노하우 A to Z」, 박여진 옮김, 나남, 2013.
- 신영복, 「강의」, 돌베개, 2004.
- 심보선·강윤주·전수환, 「문화사회학적 견지에서 바라본 문화예술경영의 시론적 고찰: 시민성, 지역성, 예술성 개념을 중심으로」, 『문화와 사회』 8권, 문화사회 연구소2010, 39~82쪽.
- 아도르노 Th. W., 호르크하이머 M, 「계몽의 변증법: 철학적 단상」, 김유동 옮김, 서울: 문학과지성사, 2001.
- 위르겐 하버마스, 「공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구」, 한승완 옮김, 서울: 나남출판, 2004.
- 윤성노, 「<세월호>는 의미 연구에 어떤 영향을 주는가? - ‘의미의 동역학’을 통한 후기 구조 주의적 정체성 비판-」, 『기호학 연구』 41, 한국기호학회, 2014, 197~226쪽.
- _____, 「존재론적 도식 개발 - 미의 발생, 생성 그리고 텍스트에 대한 기호학적 고찰」, 『기호학연구』 23, 2008, 273~304쪽.
- 이영찬, 「유교사회학」, 예문서원, 2002.

이정전, 「시장은 정의로운가: 서울대 이정전 교수의 경제 정의론 강의」, 김영사, 2012.

잉고 술체, 「우리의 아름다운 새 옷」, 원성철 옮김, 오롯, 2014.

장 미셸, 「문화는 정치다: 왜 프랑스는 문화정치를 발명했는가?」, 목수정 옮김, 동녘, 2011.

전형연, 「프랑스 문화경영(cultural management) 시스템 연구: 한국형 문화경영 시스템을 위한 문화기호학적 접근」, 「기호학 연구」 32집, 한국기호학회, 2012, 221~256쪽.

지아우딘 사르다르, 보린 반 룬 그림, 「문화연구」, 이영아 옮김, 김영사, 2002.

칼 마르크스, 「정치경제학 비판을 위하여」, 김호균 옮김, 중원문화, 2007.

토마 피케티, 「21세기 자본」, 장경덕 외 옮김, 2014, 글항아리.

최재혁·정도상, 「백성을 섬긴 왕」, 시대의 창, 2009.

최혜실, 「스토리텔링, 그 매혹의 과학: 이야기의 본질과 활용」, 한울아카데미, 2011.

홍종열, 「유럽연합(EU)의 문화산업과 문화정책: 세계화시대의 글로벌 비전」, 한국외국어대학교 출판부, 2012.

Abromeit, John, *Max Horkheimer and the Foundations of the Frankfurt School*, Cambridge (UK): Cambridge University Press, 2011.

Althusser, Louis, “Idéologie et appareil idéologique d’État (Notes pour une recherche)”, *La Pensée* n° 151, 1970.

Barthes, Roland, *Système de la mode*. Paris: Seuil, 1967,
 _____, *Éléments de sémiologie*. Paris: Denoël/Gonthier, 1965.

Calvet. Jean-Louis, *Pour et contre saussure*, Paris: payot, 1975.

Davis, Helen, *Understanding Stuart Hall*, London: Sage, 2004.

DeLong, J. Bradford and Summers, Lawrence H., “The ‘New Economy’: Background, Historical Perspective, Questions, and Speculations”, *Economic Policy for the Informational Economy* 16, 2001.

Eleanor, Rosch H.,
 - "Cognitive representation of semantic categories," *Journal of Experimental Psychology* 104, 1975: 192-233.

_____, and Mervis, Caroline, “Family resemblance: studies in the internal structure of categories”, *Cognitive Psychology* 7: 573-605, 1975.

Foucault, Michel, “The Subject and Power” in Paul Rabinow & Nikolas Rose(eds.). *The Essential Foucault: Selections From the Essential Works of Foucault*

- 1954-1984. New Press, 2003.
- _____, *L'Ordre du discours*, Gallimard, 1971.
- Gottdiener, Mark, *Postmodern semiotics: material culture and the forms of postmodern life*, Blackwell, 1995.
- Gould, Stephen J. and Lewontin, Richard C., "The Spandrels of San Marco and the Panglossian Paradigm: A Critique of the Adaptationist Programme", *Proceeding of the Royal Society of London*, Series B 205, 1979: 581-98.
- Greimas, Algirdas Julien, *Du sens* 2, Seuil, 1983,
- _____, *Du sens, essais sémiotiques*, Seuil, 1970.
- Hall, Stuart, "Encoding/Decoding" In Hall, D. Hobson, A. Lowe, and P. Willis (eds), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972 -79, London; Hutchinson, 1980: 128-138.
- _____, Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B., *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, London: Macmillan. London: Macmillan Press, 1978.
- Halliday, M. A. K., *Exploration in the Functions of Language*, London: Arnold, 1973.
- Kuhn, Thomas S., *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago and London: University of Chicago Press, 1962.
- Lash, Scott, "Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation?", *Theory, Culture, and Society* 24(3), 2007: 55-78.
- Martinet, Jeanne, *Clefs pour la sémiologie*, Seghers, 1973.
- McLuhan, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw Hill, NY, 1964.
- Mollard, C., *L'Ingenierie culturelle*, Paris: PUF, 2009.
- Pearce, C. L., & Conger, J.A., *Shared leadership: reframing the hows and whys of leadership*, New York: Sage Publications, Inc, 2002.
- Peirce, Charles S., *Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Volumes I and II: Principles of Philosophy and Elements of Logic* (edited by Charles Hartshorne and Paul Weiss), Harvard University Press, 1932.
- Prigogine I., Nicolis, G., *Self organization in non-equilibrium systems*, New York: Wiley, 1977.
- Sandel, Michael J., *Justices: what's the right thing to do?*, Farrar, Strauss and Giroux, 2009
- Saussure, Ferdinand de, *Cours de linguistique générale*, Paris: Payot, 1916.

- Starobinski, J., *Les mots sous les mots. Les anagrammes de Ferdinand de Saussure*, Paris: Gallimard, <<Le Chemin>>, 1971.
- Voloshinov, V. N., *Marxism and the philosophy of language*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986.
- Warner, Rex, *The Confessions of St. Augustine*, New York: Penguin Books, 1963.

What is it to be said about the justice of cultural market from a viewpoint of Cultural Studies?

- Socio-semiotic research on contents -

Youn Sung No

The hypothesis of this paper originates from an observation that the disaster of <Sewolho> has something to do with the 'cold' capitalism whose salient characteristics resides in putting profits in front of persons. Its objective is accordingly to discuss relations between cultural politics and 'enlarged' market in introducing the cultural management à la française on the one hand, and to review the 'market-friendly democracy' from a perspective of 'dynamics of meaning' 'whose core is a socio-semiotics on the other hand. In the background of such a problematization we begin to explain why we need the socio-semiotics in referring to Saussure as researcher of anagrams('words behind words') and then to introduce a interdisciplinary methodology called dynamics of meaning and which allows us to give our position concerning what culture and cultural contents are. It is also interesting for us to deal with things like critics on media(Marshall McLuhan), Critical Theory on cultural industries(Frankfurt School), post-marxist interpretations of ideology(Louis Althusser, Antonio Gramsci). It offers an opportunity for us to explain why contents industries have emerged in recent Cultural Studies and then to define, from a socio-semiotic viewpoint, what the culture is and how to consider cultural contents as object of cultural politics. These themes of discussion constitute the first part of this paper. In its second part we propose a way of thinking the cultural market in light of the cultural management above mentioned. First thing to do is thus to discuss the roles of 4 subjects(creator, public, mediator, decision-maker) involved in the cultural management. In doing so we'd better talk about 'values' of cultural merchandises rather than their 'price', stance which implies a sort of dialectics between interests and

public welfare. This explains why we talk about "仁義" rather than 'Justice' and then use the concept of 'kinetic chain' so as to "think out of box", metaphorical analogy which leads us to review the 'standard' economic textbook in such a way of showing why something goes wrong in the economic theories based on three hypothesis that follow; 1) 'the survival of the fittest constitutes the very essence of evolutionary mechanism', 2) 'persons must not interfere in the order of market', 3) 'the market is an autonomous system existing independently of the rest of society', Finally we give some hints for the "culturally beautiful nation" that our loved leader Bakbum Kim Gu had been looking for and that we believe susceptible of helping to get out of the overall crisis due to the disaster in question.

Key-word: cultural industries, Post-Marxism, dynamics of meaning, cultural management,
In(仁), kinetic chain of economy

투고일 : 2015. 04. 30. / 심사일 : 2015. 05. 10. / 심사완료일 : 2015. 05. 25.