텍스트 이해에서 의미 구성의 층위와 인지적 상호 작용

김 혜 정*

〈차 례〉

1. 들어가기
  1.1 필자와 독자의 상호작용
  1.2 비판적 텍스트 이해와 스키마의 작용
2. 비판적 이해 과정으로서 의미 구조화 작용
  2.1 텍스트 이해의 두 가지 의미 층위
  2.2 의미 구조화 과정에 작용하는 독자의 인지 범주
3. 텍스트 분석의 실제
  3.1 텍스트의 1차적 의미 분석과 텍스트 외적 세계의 상호작용
  3.2 텍스트의 2차적 의미 분석과 텍스트 외적 세계의 상호작용
4. 텍스트의 이해 전략 - 제언을 덧붙임

1. 들어가기

통상 '텍스트를 읽는다[1]'는 행위는 무엇을 의미하는 것인가? 우리는 아침마다 신문을 읽음에도 불구하고 이러한 명백하고 일상적인 현상을 하나의 이론으로 설명하기 어려워한다.

* 서울대학교 국어교육연구소.

1) 본고에서는 논의 상황에 따라 '텍스트에 대한 이해(comprehension)'를 '읽기(reading)'와 동의어로 사용하고자 한다.

흔히 읽기를 독자가 텍스트의 의미를 재구성하는 과정이라고 한다. 독자가 글의 내용을 수동적으로 받아들이지 않고 나름대로 '재구성'한다는 것은 자신의 생각(스키마)과 글의 내용(텍스트의 사실적 정보 내용) 간의 상호작용을 통하여 일종의 새로운 형태의 지식을 창출해 냄을 의미한다. 즉 읽기에서 독자는 텍스트의 표층(text surface)으로부터 의미적 구조 표상을 형성하는데, 이러한 의미 구조를 형성하는 과정은 독자의 배경지식과 스키마의 역할에 의해 이뤄진다. 이를 위해 논리적으로는 우선, 글의 정보 내용들을 사실적으로 이해해야 하는데, 독자의 읽기 초점은 텍스트의 표층 구조적 자질의 파악에 집중된다. 독자는 텍스트의 하위 구성 요소들이 연결된 표현 방식, 즉 문법적 표지나 특정 어휘의 사용, 문장 내의 통사적 구조나 문장 간의 연결 방식 등에 주의하면서 텍스트의 결속 구조를 이해하게 된다[2]. 이러한 읽기 과정은 가급적 독자 임의적인 해석 추론이 배제된다는 점에서 텍스트 정보에 대한 사실적인 이해라고 할 수 있다. 그러나 읽기는 텍스트에 드러난 미시적 정보의 연결 관계를 파악하는 것만이 아니라, 이를 통해서 텍스트에 대한 하나의 총체적인 의미— '이 텍스트가 무엇을 말하고 있는가?' —를 아는 것이다.

이것이 텍스트에 대한 '의미 구조(semantic structure)'를 독자가 머리 속에 표상하는 과정이다. 이때 의미 구조를 형성하는 단위로 텍스트 표층에 사용된 '문장(sentence)'들을 직접 끌어오는 것이 아니라, 독자가 표면적 통사 구조의 분석을 통해 걸러낸 일종의 재해석된 '명제(proposition)'를 구성 요소로 한다. 이러한 명제 단위들은 텍스트의 표층적인 연결 관계와는 별개로 독자에 의해 어떤 기준에 따라 재배열되는데, 독자가 가설한 주제와 직접 관련된 정보(중요하다고 판단되는 정보)와 부수적인 정보(중요하지 않은 것으로 판단되는 정보), 새로운 정보와 구정보 등으로 구분되어 위계적으로 구성된다. 텍스트 구조를 연구하는 대부분의 학자들[3]은 텍스트의 의미 구조의 상하위 계층을 설명한다.

---

2) 이는 형식주의 작문 이론에서 텍스트를 보는 관점과 상통한다(박영목, 2001:7).

그러나 이러한 '의미 구조'의 계층성이 단순히 회상과 기억의 효율성 측면에서만 효과적인 것으로 설명되는 것은 아니다. 독자는 텍스트 표층의 표현들 속에 함축된 의미 내용들을 추론하여 새 명제(보다 상위 수준의 명제)들로 통합(치환)한다. 이때 추론의 동인이 되는 것은 바로 독자가 가지고 있는 배경지식과 스키마이다. 특히 van Dijk(1980)은 정보들에 대한 중요도 평정과 같은 가치 평가 과정을 크게 '삭제'와 '대체'라는 거시규칙에 의해 설명하면서 거시적인 의미 구조(이하, 거시구조)를 설정하는 것은 '의미적 함의' 관계의 파악에 의해 이뤄진다고 보았다. 따라서 읽기를 독자와 텍스트의 상호작용이라는 관점에서 이해하자면, 독자는 배경지식과 스키마의 작용으로 텍스트 표현 구조에 함축된 의미를 추론하는 필수적인 사고 과정을 함으로써 의미 구조를 구성해 나간다.

본고에서는 이렇듯 의미 구성 과정을 비판적으로 텍스트를 읽는 과정과 관련지어 설명하고, 광고 텍스트를 일례로 분석해 보고자 한다.

1.1 필자와 독자의 상호작용

통사적 결속 기제나 의미적 표지와 같은 표면적 결속 구조가 얼마나 긴밀한 의미적 관계망을 형성하고 있는지를 보여주는 것이 응집성(coherence)이라면, 텍스트가 응집성을 얼마나 가지고 있는지에 대한 판단은 '텍스트 밖의' 다른 기제로서 필자의 텍스트 생산 의도나 텍스트 소통과 관련된 사회 문화적인 맥락 등을 어떻게 파악하느냐에 따라 달라질 수 있다. 능동적인 독자는 텍스트로부터 의미 구조를 구성하는 데 있어, 텍스트 내적 정보들뿐만 아니라, 텍스트 외적인 정보들을 의미 해석의 단서로 적극 이용하는데, 이러한 인지 과정에서 비판적인 사고가 개입된다.

---

3) 특히 Kintsch & van Dijk,(1978), Meyer(1975)와 같은 유사형식론자들은 위계적 의미 구조를 상정하고, 계층적 구조의 상위 수준을 결정하는 정보가 의미적으로 중요하며, 이들에 의해 거시 구조가 형성된다고 보았다. 또한 상위수준의 정보들은 하위 수준의 정보에 비해 더 잘 회상된다고 하였다.

그러나 독자의 텍스트 해석 과정은 본질적으로 간주관적인 행위이다. 필자 자신에게서 직접 듣지 않고서는, 독자가 추론한 이면적 주제— 이를 서혁(1996)의 용어대로 발화수반적 주제라고 한다면—가 필자가 말하려고 한 바로 그 주제인지 제대로 판단할 수 없다. 그렇지만, 독자는 글쓰기 표현의 수사론적 규칙과 해석의 관습을 익히 알고 있기 때문에 다른 해석 공동체에 의해 적절한 해석으로 용인될 수 있는, 숨겨진 주제를 능숙하게 찾아낼 수 있다. 우리는 이러한 가정을 전제로 의사소통을 한다. 필자는 이러한 독자의 추론 능력을 가정하고 글을 쓰며, 필자 자신이 표현한 텍스트 표면적인 장치들에 의해 텍스트 이면에 숨겨진 의도들이 독자의 추론에 의해 해석될 수 있도록 가능한 단서들을 제시하고 있다. 따라서 독자가 텍스트 단서를 통해 의미를 추론하는 과정은 다분히 표층 구조에 의존적이다. 필자가 쓰기 전략을 가지고 있다면, 독자는 그에 상응하는 읽기 전략을 가지고 있다. 필자는 자신이 가정한 일정한 독자층에 의해 적절한 방법으로 표현 의도가 드러날 수 있어야 한다. W. Heinemann & D. Viehweger(1991)은 글말 의사소통 과정의 상호작용 전략을 제시하는데, 그 중에서 몇 가지를 인용하면 다음과 같다(백설자 역, 2001:281, 진하게는 인용자주).

- 필자는 - **독자의 사전 지식과 관심에 부합하는** - 특정한 정보 전달과 텍스트의 구조화에 주의하게 된다.
- 필자는 자신의 의도(그리고 상황과 관련된 일정한 이해의 조건)를 어떤 형태로든 독자가 **알게 해 줘야 한다.**
- 필자는 독자에게 텍스트 이해에 꼭 필요한 행위 원형과 구조화 원형을 가능하다면 **사전 신호**로써 분명히 해 준다.
- 필자는 **텍스트가 어떤 조건에서 수용되는지 예상하여** 이를 텍스트를 구성 시 고려한다.
- 필자는 - **상대방에 대한 자신의 사회적 관계에 따라** - 적절한 언어표현 방식도 찾는다.

이와 같이, 독자는 텍스트의 표층에 드러난 통사적 장치들의 의미 관

계를 파악함으로써 1차적인 의미 구조를 형성하고, 동시에 텍스트의 표현 장치들이 암시하는 텍스트 외적인 정보 내용들과의 지시 관계를 고려함으로써 텍스트의 표면에 드러나지 않은 2차적인 의미를 다층위적으로 해석하려고 노력한다. 따라서 의미 구조를 구성한다는 것은 텍스트에 드러난 표면적인 주제[4], 즉 1차적인 주제 의미를 파악하고, 그 텍스트와 상호관련성을 가진 텍스트 밖의 상황 맥락적 정보들과 관련지음으로써 숨겨진 텍스트의 2차적인 의미까지도 추론하는 과정이다. 특히 표면적 주제는 대개 글 내용의 성격, 구조(짜임), 구체적인 통사적 표현 형식(예컨대, 주장이나 설득의 어미 표현) 등에서 드러나기 때문에 해석 공동체의 담화 관습과 규칙에 익숙한 독자에게는 어느 정도 자동화되어 있다[5].

예컨대 독자는 설득적인 글이 갖는 문체상의 수사론적 진술 방식(설명이나 논증)이나 자주 쓰이는 통사 형식(추상적 · 일반적 어휘나 주장이나 지지를 나타내는 문장 종결 표지), 혹은 텍스트 구조(논증의 서론-본론-결론 구조), 시사적이고 정책적인 변화를 지지하거나 독자의 행동 변화를 유도

4) 표면적인 주제라고 해서 반드시 명시적으로 드러나는 것을 의미하지 않는다. 텍스트 유형(장르)에 따라서 표면적인 주제는 명시적 혹은 비명시적인 주제일 수 있다. 표면적인 주제를 서혁(1996)은 언표적 주제로 명명했다. 그는 화행에서의 발화 의미의 구분을 대입 적용하여, 주제를 언표적 주제 이외에 언표내적 주제, 언향적 주제로 구분하고, 언표내적 주제를 비판적 읽기와 관련시키려 했다.

5) 퍼어스(Peirce)는 '기호란 그 무엇과 무엇 사이에 '관습적인 약속(언어의 원리)'이 개재되어 있기만 한 것이 아니라, 그러한 관습적인 약속까지도 포함하는 어떤 '포괄적인 규칙'으로서, 인간의 사고와 현실을 지배하는 일반적인 원리로부터 나온다(송효섭, 2000:94)'고 하여, 기호의 개념을 확대하였다. 그러나 기호가 사고의 법칙에 의해 해석된다고 해서, 마음대로 해석될 것이 아니라, 최종적 해석의 결과—이를 퍼어스의 개념을 빌어 '해석소'라 한다면—는 의사소통 세계에서 일어나는 이상적 공동체의 궁극적 동의(이를 위의 '포괄적인 규칙'으로 본다면)를 바탕으로 달성될 수 있다고 보았다. 또한 이러한 해석과정은 해석의 목적에 의해 유도되는 목적론적 과정으로 보았다. 이에 의하면 읽기의 결과는 유동적이다. 텍스트는 하나의 고정된 의미를 가진 표상체로 볼 수도 있지만, '텍스트가 말하려는 "궁극적인" 목적이 무엇인가?'에 대한 계속적인 질문(대상에 대한 끊임없는 탐구)을 통해 텍스트의 의미와 형식을 새로 평가할 수도 있다.

하는 주장 내용 등을 근거로 그 글이 설득적인 글임을 짐작하고, 그 글의 표면적인 주제(주요 내용)를 대개 '결론' 부분에서 찾아낼 것이다. 이러한 텍스트에 대한 이해는 필자의 쓰기 전략에 대한 이해를 바탕으로 필자와 상호작용하는 과정이라고 할 수 있다.

1.2 비판적 텍스트 이해와 스키마의 작용

전술한 바와 같이, 필자는 자신의 주장을 직접 명시하기도 하지만, 때로는 표면적으로 드러난 주제 이면에 궁극적으로 전달하고 싶은 내용을 독자가 추론할 수 있도록 언어적 단서를 사용하여 암시적으로 표현한다. 독자는 읽기 전략을 동원하여 함축된 의미를 추론해 나가는데, 이 때 독자는 여러 가지 고차원적 사고를 동원하여 비판적으로 텍스트를 읽어나간다.

쏟아지는 정보량 중에서 필요한 것과 필요하지 않은 것들을 구별해 내며, 다양한 표현 매체(문자 외에도 삽화, 사진)들을 언어화하여 받아들이며, 나아가 지속적으로 그리고 부지불식간에 독자의 정신 세계에 영향을 미치는 사회 문화적 환경을 재인식하며, 그 중에서 텍스트 해석에 직·간접적으로 관여하는 상황들을 맥락화해야 한다[6]. 이것은 표면에 드러난 주제의 이면에 놓인 텍스트의 심층적 의미, 나아가 텍스트의 생산 과정에서 필자가 의도한 상황적 의미, 혹은 설령 필자가 의도하지 않았다 하더라도 텍스트의 수용 과정에서 독자와 독자가 속한 사회공동체에 결과하는 사회문화적 소통 의미를 파악하는 것과 관련 깊다[7]. 여

---

6) 사회 구성주의적 시각에 의하면, 독자는 텍스트를 읽을 때 담화 공동체의 일원으로서 사회 문화적 상황 맥락을 인지하고 그 속에서 텍스트가 표현하려는 의미들(혹은 여러 가지 해석의 가능성들)을 이해한다.

7) 박영목(2001:3)은 독서현상을 통합적 관점에서 다루려는 최근의 사회·문화적 연구에서, 의미는 언제나 구체적 사회·문화적 활동과 경험 속에 자리잡게 되며, 사람들은 독서 활동의 과정에서 세계와 텍스트에 관한 상황 의존적 경험을 조직하게 된다고 하였다. 이러한 사회문화적 맥락 이론을 반영한 독해 모형에서는 텍스트가 소통되는 사회문화적 상황 맥락을 텍스트와 독자에 이어 독해의 중요한 변인의 하나로

기서 의미는 본질적으로 구성적인 성격을 띤다. 그것은 독자의 역동적인 의미 해석을 강조하므로 주관적이며, 텍스트의 의미가 사회 문화적 상황에 따라 달리 해석된다는 점에서 맥락 의존적이며(situated), 반면에 독자가 자의적으로 텍스트를 해석하는 것이 아니라, 해석공동체의 구성원으로서 자신이 속한 공동체의 담화 관습과 규칙을 인지하고 있으면서, 텍스트의 내용과 관련된 공동체의 가치관과 요구를 이해하고, 이를 텍스트에 대입하려고 함으로써 간객관성을 확보한다.

이와 같이, 능숙한 독자는 표층적 결속 구조에 바탕한 의미 구조를 파악함과 동시에, 텍스트의 생산과 수용에 관련되는, 텍스트 외재적인 사회 문화적인 상황 맥락과 텍스트의 내용을 관련시킴으로써 보다 심층적인 의미를 파악한다. 잘 알려진 예와 같이, 고전 텍스트를 이해할 때는 그 텍스트가 생산된 당대의 사회 문화적 상황 맥락을 고려해야 하며, 재인용되었을 때는 오늘날의 사회 문화적 상황 속에서 그 소통 의미를 파악해야 한다. 뿐만 아니라, 능동적인 독자는 과거의 그 텍스트가 현재의 독자 자신에게는 어떤 '의미'인지를 찾으려고 할 것이며, 텍스트와 관련된 자신의 신념과 가치관과 행동을 담화 공동체(다른 사람들) 내의 공유된 것과 조정하고 협상함으로써 가장 적절한 의미를 재구성할 수 있다. 독자는 독립적이거나 개별적인 존재가 아니라, 사회적인 존재이고 역사적인 존재라는 점에서, 독자가 텍스트를 이해하고 내면화한다는 것은 사회 문화적으로 규정된 경험과 활동을 공유하고 있는 공동체의 사회 문화적 특성과 의사소통 양식을 파악하는 것을 함의한다. 이 때문에 읽기(그리고 쓰기)는 맥락 지향적이며, 유목적성을 띤다.

따라서 이와 같은 텍스트 이해 과정에서는 목표 지향적이고 문제 해결적 사고를 지닌 해석자로서 독자의 인지 과정이나 배경지식의 역할이 무엇보다 중요하다. 독자는 글 내용과 관련된 자신의 배경 지식을 기억 속에서 끌어내어 '활성화시키고(activating) 이에 주의(focusing)를 기울이며',

---

다룬다. 텍스트의 맥락적 이해는 담화공동체 내의 의미 협상 과정에 의해 발전되며, 텍스트에 대한 다층위적 해석을 가능하게 한다.

나아가 '독자의 배경 지식과 글에서 배운 새 정보를 통합(integrating)하고 이를 다른 사태나 상황에 적용(applying)(노명완, 2001:85)'할 수 있어야 한다[8]. 텍스트 의미 구성과 관련지어 보면, 제시된 일련의 언어 단서를 일관성 있는 해석에 활용하기 위해서 텍스트의 정보들을 명제 단위로 분석하고, 이들의 의미 관계(응집성)를 파악한 다음 중심 내용 명제와 중심 내용이 아닌 명제들로 구분하여 내용을 요약하게 되는데[9], 텍스트에서 추출된 명제들의 상하위 의미 관계를 결정하는 것은 텍스트 자체에 드러난 의미 구조가 아니라, 주변 세계에 대한 지식이나 화용론적 지식, 수사론적 구조에 대한 언어 지식 등 독자의 스키마에 근거한다[10]. 또한 읽기 결과 얻어진 지식이나 신념은 내면화되어 다시 새로운 스키마로 작용하게 된다. 위에서 독자가 '새롭게 학습한 내용을 자신의 지식으로 통합, 내면화하는(노명완:2001)' 과정이란 단순히 텍스트 내용을 수용하기 위해 스키마를 활용하는 것은 아닐 것이다. 독자는 텍스트의 내용과 표현 방식에 문제를 제기하거나 또 다른 해석의 가능성을 부여하거나 혹은 대안적 해결 방안을 제시하거나 텍스트의 내용을

---

8) 노명완(2001:85)은 스키마의 역할과 (학습을 전제로 한) 읽기 과정 모형을 관련시켜 독자의 수용과정 측면에서 3단계로 설명하였다. 첫째 단계는 배경 지식의 동원 과정, 두 번째는 글의 내용과 형식을 이해하는 내용 처리 과정, 세 번째 단계는 텍스트 내용을 자신의 지식으로 통합 내면화하는 공고화 과정으로 나누었다. 독해가 선조적으로 단계화될 수 있는 것은 아니지만, 수업(교수-학습) 모형에서는 충분히 의의있는 과정이다. 텍스트 내용에 대한 사전 지식이 없으면 텍스트 읽기는 단지 낯선 암호들의 해독과 같아서, 초등학생이 정치 뉴스를 듣거나 읽으면서도 그 내용을 이해하지 못하는 것과 같다.

9) 앞에서 언급한 바와 같이, van Dijk(1980:80)의 '거시명제 요약 규칙(거시규칙)'의 과정을 떠올릴 수 있다. 이는 〈생략Auslassen〉, 〈선택Selektieren〉, 〈일반화Generalisieren〉, 〈구성 및 통합Konstruieren oder Integrieren〉이라는 삭제와 대체 규칙으로 제안하였다

10) Graeser & Goodman(1985)과 같은 인지구조론자들은 독해를 텍스트의 정보와 독자가 지니고 있는 스키마와의 상호작용으로 규정하기 때문에 텍스트에 제시된 명시적 정보의 세부적인 표상에는 크게 신경을 쓰지 않고, 단지 설명적 텍스트의 표상과 관련하여 암묵적 지식(implicit knowledge), 즉 자연 언어의 해석 및 주변 세계에 대한 지식의 표상에 대해 설명한다.

자신의 구체적인 삶의 문제로 확장할 수도 있다. 단순히 생략된 정보의 추론과 텍스트 내용에 대한 일관성 있는 기대를 제공하는 것 외에 독자의 스키마는 어떤 역할을 하는가? 이와 같이 텍스트의 이해 과정에서 발생하는 수용 여부나 갈등 현상들에 있어서 독자가 적절히 협상하고 조정하고 보류(거부)하는 등의 활동에서 판단 기준은 무엇인가? 독자가 기존에 갖고 있던 지식이 그 준거가 된다면, 이러한 지식은 어떻게 형성되며, 무엇인가? 이와 같은 의문들은 능동적인 독자의 텍스트 이해 과정을 설명하기 위해 해결해야 할 문제들이다.

결국 능동적인 독자는 보다 '비판적인 안목으로' 텍스트를 이해한다. 비판적인 이해란 소위 비판적 문식력(critical literacy)[11]의 개념과 같이, 독자가 속한 사회 문화적 상황 맥락과 관련하여 텍스트가 생산되고 의사소통되는 의미를 파악하려는 해석 노력임과 동시에 독자 주체적 입장에서 텍스트를 평가하는 과정이다. 그래서 텍스트에 대한 비판적 이해는 읽기 과정 이론의 최근 연구인 사회 문화적 모형(Gee, 2000:195)과 관계가 깊다.

비판적 이해(읽기)는 대체로 '글의 내용과 구조를 비판적으로 평가하는 능동적인 읽기로, 일정한 논리적 근거로서 텍스트 내적 준거와 텍스트 외적 준거를 필요로 한다(최영희, 1993:50).' 혹은, '비판적 독서란 독자가 글에 개성적으로 반응하고, 개성적으로 판단하는 읽기로, 즉 어떤 목적을 가지고 글과 맞서 정보를 찾아내는 과정에서 행해지는 읽기이며, 목적이나 경험, 교양에 비추어 가면서 글의 내용이나 표현에 대하여 음미하고 가치・질・진실성・정확도 등을 평가하고 판단하는 읽기를 의미한다(독서지도 연구회, 한철우 외, 2001:105, 재인용)'로 정의된다. 독자가 반성적 회의로 글을 분석하여 글의 내용과 표현, 구조, 가치 등을 평가하고 판단하는 능동적인 읽기이다. 또한 비판적 사고와 관련하여 언어는 가치 중립적인 매개체가 아니라 주관적 이해의 객관화된 표

11) 비판적 문식력이란 이재기(2001:28)에 의하면, 타자의 관점이 아닌 주체의 관점에서 담론을 해석하고, 생산하며, 동시에 주체 스스로의 정체성과 담론 구성 방식을 지속적으로 성찰할 수 있는 문식력으로 정의된다.

현이기 때문에 '수동적인 표면 구조의 의미 파악 단계에서 지은이의 의도나 중심 사상 자체를 가리어 따지는(Ibid, p.105)' 비판적 읽기가 근원적으로 필요하다. 이러한 정의들에서 자칫 오해될 수 있는 소지가 있다면, 비판적 읽기를 과정보다는 이해의 결과적인 측면에서 설명할 수 있다는 점이다. 즉 읽기의 결과로서 텍스트의 의미와 구조에 대한 다양한 '평가' 과정으로 인식되어, 흔히 읽기 교육의 전체 과정 중에 항상 '읽기 후 활동'으로 간주되어 왔다는 점 때문이다. 다른 한 가지는 문학 영역에서는 비판적 문식력의 개념을 빌어, 텍스트에 내재된 가치지향적 혹은 이데올로기 지향적 해석 경향이나 태도로 보는 것이다.

그러나 비판적 이해는 텍스트 의미의 분석 과정 자체에서의 비판적인 이해와, 텍스트로부터 도출된 의미 해석의 결과를 준거로 텍스트의 내용과 표현 형식에 대해 평가하는 과정을 모두 포괄하는 개념이어야 한다. 일반적으로 비판적 사고와 관련하여 비판적 읽기를 설명할 때 흔히 비판의 준거에 대해 언급한다. 비판의 준거가 글의 내부에 있느냐, 혹은 외부에 있느냐에 따라, 글 자체의 논리적 일관성이나 언어 사용의 정확성, 적절성 등을 판단하거나, 사회적·윤리적·미적 기준에 바탕을 둔 효용성과 타당성을 판단하게 된다. 이러한 비판의 과정은 독자가 텍스트 분석의 결과로, 텍스트의 의미 내용을 무엇으로 이해하느냐와 밀접한 관련이 있다. 즉 텍스트의 표면적인 주제를 이해하는 경우와 텍스트의 사회문화적 상황 의미를 숨겨진 필자의 의도이자 암시된 주제라고 파악하는 경우에 각각의 텍스트에 대한 독자의 가치 평가는 달라지고, 따라서 비판적 이해의 양상도 달라지기 때문이다.

그러므로, 본고에서는 이해의 두 가지 측면, 즉 독자에 의해 재구성되는 의미를 두 가지 층위로 임의 구분하고, 첫 번째 층위(level)의 텍스트 의미는 텍스트의 유형과 표면 구조에 구속적인, 표면적 주제 의미이고[12], 두 번째 층위의 텍스트 의미는 텍스트 생산과 수용의 사회문

12) 표면적이라는 말은 명시적 혹은 비명시적인 주제를 아우른다. 예컨대, 시나 소설 등의 문학 장르에서와 같이 비명시적인 주제라 해도 텍스트 중심적 분석의 결과라면 표면적 주제라 할 수 있다.

화적 맥락과 결부시킴으로써 독자가 추론한 이면적 주제 의미이다. 비판적인 텍스트 이해란 바로 두 번째 층위의 의미까지 도출해 내는 과정을 뜻하며, 비로소 이러한 해석 과정을 통해 결과된 '의미'와 그 의미를 드러내는 '표현 형식'을 비판적 사고 작용의 대상으로 삼을 수 있다.

비판적 이해에서 중요한 것은 텍스트를 분석하여 얻어낸 결과인 주제를 독자가 가지고 있는 지식과 경험, 그리고 신념이나 가치관에 비추어 판단하는 것이다. 즉 텍스트의 사회문화적 소통 의미를 심층적으로 분석하는 데에서 그치는 것이 아니라, 독자가 가지고 있는 텍스트 지식에 비추어 표현상의 논리적 일관성이나 언어 사용의 적절성 등을 판단할 수도 있고, 텍스트와 관련된 사회문화적 상황에 대한 독자의 신념이나 가치관, 상식 등에 비추어 글 내용의 타당성이나 효용성 등에 대해 판단할 수 있다. 비판적으로 텍스트를 읽는다는 것은 글 내용의 표면 뒤에 숨겨진 필자의 의도를 찾아내면서 그것이 얼마나 타당하고 적절한지를 자신의 스키마에 비추어 판단하는 상위 인지적 과정이다[13].

그러므로 독자의 스키마는 텍스트 표현에 대한 글쓰기의 관습과 규칙, 자신이 속한 담화공동체의 요구(지배적 이데올로기)와 가치관, 무엇보다 건전한 상식과 윤리 의식 등을 포괄하고 있어야 한다. 이러한 스키마의 내용들은 비판적 이해의 승패를 결정하기 때문이다. 이로써 비판적 이해의 교육은 단순히 독해 원리나 과정의 학습이 아니라, 사고 교육의 방법이 되며, 나아가 담화공동체의 구성원으로서 건전한 윤리 의식을 고양시킬 수 있는 범교과적 학습 방법이 될 수 있다.

---

13) 이러한 텍스트 의미에 대한 질문은 저 유명한 코세리우(Coseriu, 1980)의 정의를 연상시킨다. 그는 텍스트언어학은 텍스트의 의의(Sinn)를 탐구하는 학문이라고 하였다. 이 때 의의는 '이 텍스트의 "모든 것"은 무엇을 의미하는가'라는 질문에 대한 해답으로서 얻어지며, 텍스트의 기능을 탐구함으로써 얻어진다고 하였다(코세리우(1980)/신익성 (역), 1995:85, " "는 인용자주). 즉 코세리우에게 있어 텍스트의 의미는, 궁극적으로 텍스트의 기능을 밝히는 것과 관련된다. 본고는 텍스트의 궁극적인 목적, 이를 텍스트의 의도라 하였다. 이는 의사소통과정에서 텍스트가 담당하는 기능이기도 한데, 이 기능은 맥락에 대한 설명없이는 불가하며, 텍스트를 동적 유기체로 간주할 때 밝혀질 수 있다고 본다. 이러한 점에서 앞으로 이어질 기호학적 해석과 관련이 있다.

2. 비판적 이해의 과정으로서 의미 구조화 작용

2.1 텍스트 이해의 두 가지 의미 층위

전술한 바와 같이, 텍스트의 비판적 이해를 다시 2가지 층위로 구분하면, 첫째 텍스트에 명시적으로 제시된 정보 내용과 구조를 활용하여 표면적인 의미 체계를 파악하는 과정과, 둘째 텍스트의 내용 및 구조와 관련된 사회 문화적 맥락 의미를, 활성화된 독자의 기존 지식과 관련시킴으로써 텍스트의 숨겨진 의도를 재구성해 내는 것으로 나눈다. 전자와 같이, 텍스트의 1차적 의미를 밝히는 층위에서는 수사적 구조[14]가 주제를 향해 어떻게 유기적으로 결합되어 있는지를 이해한다. 후자는 텍스트의 2차적(내포된) 의미를 분석하는 층위로서, 텍스트 전체가 하나의 상징 기호이자, 기의를 함의하고 있는 기표로서 작용함을 전제하고[15], 숨겨진 필자의 계획이나 목적을 추론하거나 혹은 구체적인 사회

---

14) 텍스트 이해에 대한 인지이론은 텍스트의 의미 표상을 구조, 특히 층위를 가진 위계적 구조로 해석하려는 경향이 지배적이다. 일반적으로 Meyer & Rice(1984), van Dijk(1980) 등은 텍스트의 의미를 독자의 머리 속에 세 가지 차원으로 구조화된다고 가정하였다. 본고의 초구조(Superstrukture)는 van Dijk의 용어를 차용한 것이다.

15) 이러한 관점은 텍스트 이해에 대한 최근 연구 중에, 문화기호론적 설명 혹은 문화주의적 접근과 관련된다. 이 관점에 따르면, 개별적 텍스트 수용자는 텍스트 분석의 결과와는 무관하게 문화적 환경에 따라 메시지를 달리 해석할 수 있다는 것이다. 이 이론에서는 약호(encding)와 해호(decoding)가 불일치하는 현상의 원인을 텍스트의 다의성과, 수용자 해독 가변성의 요인(독자의 이념적 윤리적 관점·태도·기호·당시의 상황 등)으로 본다. 바흐찐(M. Bakhtin)과 바르뜨(R. Barthes)의 언어에 대한 연구는 기호의 사회적 의미 혹은 기호에 내재된 이데올로기 분석 과정을 통해 텍스트의 분석 층위를 달리한다. 본문에서 말하는 제 2의 기표에 의한 기의로서의 '신화' 공식은 바르뜨의 이론을 원용한 것이다. 이러한 텍스트 의미 구성에 대한 두 가지 층위의 가설은, 최근 Schmidt(1994)의 구성주의적 텍스트 해석에서도 드러난다. 이에 따르면, 텍스트는 의사소통을 목적으로 하는 정보 행위의 도구로써 텍스트가 발화되는 사회작용의 맥락 속에서 그 기능이 결정된다. 이는 텍스트의 의미는 고정된 것이 아니라는 구성주의적 입장의 출발점과 상통해 있다. 특히 구성주의적 미디어 장르 이론(konstruktivistische Mediengattungstheorie)에서는 텍스트

문화적 맥락을 고려하여 텍스트의 드러나지 않은 의도를 파악하는 것이다. 이는 1차적인 의미 구조의 표상과 상호 영향을 미치기는 하지만, 구조로 설명될 수 없으며, 전국적이고(global) 상징적인 의미 차원에서 텍스트의 생산과 수용상의 의도를 독자가 추론하는 과정이다.

예컨대, 일상에서 흔하게 접하는 신문 텍스트는 특징적이고 관습적인 표현 구조를 지닌 하나의 글쓰기 장르이다. 신문이란 새로운 정보를 객관적으로 신속하게 전달하는 목적 이외도, 이미 지난 또는 보도된 사건에 대해 재언급 없이 바로 해설하고 부연하여 직접적인 설득의 글쓰기를 하기도 한다. 이러한 과정에서 신문의 필자는 여론을 대변하기도 하지만, 때로 자신의 가치관이나 해석의 주관을 종종 그 사회 공동체의 전체적인 의도인 것처럼 가장하기도 하고, 여론을 형성하기 위해 특정 의도를 암시적으로 혹은 강조하기도 한다. 이러한 텍스트를 읽을 때, 독자의 배경지식에 근거한 가설적 주제의 수립이나 문제 의식의 발견, 함축적인 표현의 의미 추론 등은 읽기에 있어 필수적이다. 그 사건의 전후 경과에 대한 배경지식이 없는 독자는 텍스트의 표면적인 주제와 구조를 이해했다고 할지라도 텍스트의 숨겨진 의도를 파악할 수 없으며, 텍스트가 담화공동체 내에서 소통되는 사회문화적 맥락에 대해서도 이해하지 못하게 된다. 그러므로 독자는 담화공동체 내의 구성원으로서 텍스트와 관련된 사회문화적인 상황 맥락에 대해 인지해야 한다.

그럼에도 불구하고, 독자가 추정한 사회문화적 의미의 추론이 합리적인지, 지나치게 주관적이거나 추상화된 것은 아닌지를 판단할 수 있는 단서는 '다시' 객관적인 텍스트 자료이다. 텍스트의 의미는 언어의 표현 형식에 의해 표층화 되며, 독자는 이러한 표면적인 형식에 결부된 의미

를 객관적 미디어 산출물로 간주하고, 텍스트(텍스트종류 : 발화 실현체)는 항상 두 가지 층위에서 기능한다고 보고, 그 층위를 개인의 인지(심리적 층위)와 사회적인 정보 행위(사회적 층위)로 구분하였다. 즉 개인이 인지 작용을 통해 산출한 인지적 구성체인 '코뮤니카트(Kommunikat)'와 공동체에서 합의한 '의미(Bedeutung)', 그리고 양자 사이를 매개해 주는 물질적 토대인 코뮤니카트 재질(basis : 예를 들면, 텍스트, 그림, 연극)을 구분해야 한다는 것이다. 이 때 인지체계와 사회체계는 미디어(텍스트 종류)를 매개로 서로 구조적으로 접속되어 있다(박여성 역, 1997 참조).

의 수집을 통해 전체 텍스트의 의미를 구축해 나간다. 텍스트의 표현에 대한 1차적인 포착이 이와 관련된 다른 배경 지식들의 회상을 촉발하기 때문에 독자는 텍스트간의 차이와 유사성에 주의하면서 간텍스트성(intertextuality)을 인식하게 될 것이다. 독자는 종합적 사고를 통해 얻어진 인지 활동의 결과들을 토대로, 텍스트의 이면에 숨겨진 2차적인 의미를 파악하게 되는데, 이는 단순히 텍스트 미·거시구조 분석, 간텍스트성의 회상, 텍스트 의미 추론 등과 같은 일련의 인지 과정이 계기적으로 발생한다고 해서 그 결과 저절로 도출되는 것이 아니다. 앞서 말한 바와 같이, 텍스트를 보는 시각을 달리해야 한다. 텍스트를 보는 구조적인 시각을 넘어서서 텍스트의 새로운 층위—2차적 층위—를 설정해야 한다. 대개는 이러한 인지 과정은 다음 질문과 관련 깊다. '자, 그렇다면(텍스트의 표면적 주제가 이러하다면……,) 이 텍스트가 궁극적으로 말하려는 것은 무엇일까? 필자는 왜 이 텍스트를 썼을까?' 등등.

심층적인 의미는 자칫 독자 주관적이고 비합리적인 상상적 의미가 될 우려도 있다. 따라서 독자의 인지 과정 측면에서 보면, 비판적인 이해는 2차적인 층위에서 추론한 사회문화적 의미가 과연 타당한지, 해석 공동체에 용인될 만한 객관성을 지니는지 등을 글을 읽으면서 계속적으로 판단해야 하는데, 이러한 사고는 1차적인 층위의 텍스트 표상 구조로의 반복적인 회귀 과정으로서, 자신의 추론 결과를 조정하고 반추하는 과정이다. 즉 텍스트 의도에 대한 독자의 추론이 확신되기 위해서는, 필자의 입장에서 텍스트에 표현된 어휘의 선택(비표준어 및 속어의 의도적인 사용, 고사성어의 간결성)과 문장 형태의 변형(생략, 압축, 종결형), 문장 간의 결합(문장 성분 및 문장의 생략과 반복), 텍스트의 구조(표제어와 본문간의 보완적 결속구조) 등을 반복적으로 살펴보고, 표현 상의 미묘한 변화와 차이를 '재인식'해야 하기 때문이다. 이 같은 의미 점검의 상호 작용을 거쳐 텍스트의 전체 의미는 구성된다고 할 수 있다.

2.2 의미 구조화 과정에 작용하는 독자의 인지 범주

(1) 독자의 텍스트 내적 세계 구성

읽기 활동을 구성하는 요인으로 대개 독자 변인, 텍스트 변인, 맥락 변인을 들지만[16], 독자는 자신의 읽기 과정을 조정하고 통제해나가는 주체이므로, 대상을 인식하는 주체를 중심으로 하면, 텍스트 변인과 맥락 변인이 양쪽에 위치한다고 볼 수 있다. 독자 변인에게 있어 중요한 것은 '텍스트 생산 및 해석과 관련된' 지식(문체론적, 장르적, 수사론적 지식)의 작용이다[17]. 또한 맥락 변인에 있어 중요한 것은 '텍스트의 소통과 관련된' 사회문화적 상황(필자의 의도, 사회공동체의 가치나 신념, 이데올로기, 역사·문화적 배경)이다. 따라서 독자·텍스트·맥락은 다시 읽기 행위의 주체인 독자를 중심으로 객관적인 상관물로서 독자에게 주어지는 '텍스트'와 그것이 어떤 내용의 텍스트냐에 따라, 관여되는 지식과 상관성의 정도가 달라지는 '텍스트 종속적인 외적 요인'으로 나뉠 수 있다.

이에 따라 본고는 텍스트 이해의 과정에 관여하는 인지 대상의 범주를 크게 텍스트 내적 세계와 텍스트 외적 세계로 구분한다[18]. 구체적

---

16) 이삼형 외(2000:185)에서는 이해 '능력'의 구성 요소로 언어 요인과 사회문화 요인과 개인심리 요인을 들고 있으며, 이는 박태호(2001:6)에서도 지지된다. 그러나 이는 실제 읽기 행위 현상을 객관화한 것이 아니라, '독자(내부의)'의 인지 능력을 세분화한 개념이다. 이와 달리, 읽기의 요인들은 실제 읽기 과정에 관여하는 독립적인 변인들이어야 한다. 작문 이론에서 이미 유명한 Flower & Hayes(1981)의 인지 과정 모형은, 작문 행위를 본질적인 '작문 과정(계획, 작성, 재고, 조정)'과 그것과 상호작용하는 '필자의 장기 기억(주제와 독자 및 계획에 대한 지식)'과 필자의 인지 작용 외부에 존재하며, 역시 상호작용하는, 실제적인 '작문 과제 환경(수사론적 문제, 간텍스트)'의 집합으로 설명하는 것은 대조적이다.

17) 독자의 장기 기억 능력이나 분석, 추론, 평가 등의 사고 능력은 모든 언어 활동에 기본적인 능력으로서 배경 지식의 작용을 위한 전제 조건이므로, 본고의 논의 과정에서는 배제한다.

18) 여기서 '세계'란 독자의 인지 구조 속에 존재하는 의미 표상으로서, 텍스트의 의미 구조와 텍스트의 처리 결과를 드러내는 인지 체계이다(de Beaugrande, 1981). 최근의 구성주의적 미디어 이론에서도 인지적 구성 체계로서의 '코뮤니카트(Kommunikat)'를 이와 유사한 의미로 사용한다(S. J. Schmidt. 1994).

으로, 텍스트 내적 세계는 텍스트 중심적 분석의 결과 구성되는 인지 체계로서, 개별 텍스트의 의미 체계로서 문장과 문연속에 대한 응집성과 결속성을 파악하고 나아가 텍스트 유형에 대한 인지를 바탕으로 형성되는 수사학적인 구조의 표상이다. 이 의미 체계의 구성에 동시적으로 관여하는 또 하나의 범주인 텍스트 외적 세계는 텍스트와 상호작용하면서 상황 맥락적 지식의 체계를 형성한다[19]. 이 때 '세계'란 성공적인 읽기를 수행하기 위해 독자가 인식해야 할 대상들이며, 독자의 이해 과정의 결과, 스키마로 흡수된다.

구체적으로 각각은 다시 몇 개의 인지적 차원으로 분석된다[20]. 먼저, 텍스트 내적 세계는 통사적 결속구조를 바탕으로 구체적인 텍스트의 표현과 관련되는 미시구조(Mikrostruktur) 차원, 미시 구조의 개별

---

19) 사회문화적 연구에서, '상황적 의미는 매우 역동적인 개념으로서 사회문화적 맥락을 중심으로 스키마를 확장한 개념(박영목, 2001:3)'이라고 할 수 있다. 그러나 문화모형 이론에서는 '스키마이론의 사회적 확대판으로서 …… 인간의 머리 속에 내재하는 것이 아니고 사회적 활동이나 텍스트, 그리고 다양한 매체 속에 실재하는 것으로서 인간행위를 안내하고 자신과 타인에 대한 판단을 알리고 언어 활동의 방식을 규정'하는 것으로 설명한다. 본고에서는 텍스트 이해의 변인으로서 '사회 문화적 맥락'을 독립적으로 설정하는 데는 동의하지만, **본질적으로 맥락이란 독자가 텍스트와 관련된 것으로 인식하고 있어야 의의를 지니는 것이기 때문에**, (담화 공동체의 관습과 규칙에 의해 형성된) 독자의 스키마와 본질적으로 다르지 않다.

20) 어윈(Irwin, 1986)에서, 미시구조는 개별적인 명제나 정보의 항목이 연결되는 방식에, 거시구조는 문단에 제시된 복잡한 명제나 개념들이 주제에 연결되는 방식에, 그리고 최상위 구조는 글의 전반적인 조직 원리를 대상으로 하는 것으로, 텍스트 유형에 관한 일반적인 지식과 관련된다고 하였다. 판다이크(van Dijk, 1980)에서는 문구조와 문연속 구조를 미시구조(Mikrostruktur)로, 추상적·이론적 구조로서 총괄적 의미 구조를 거시구조(Makrostruktur)로, 유형을 결정하는 '비언어학적'인 자질로 초구조Superstruktur를 상정한다. 또한 브링커(K. Brinker, 1992)는 텍스트의 기술 층위를 문법적 층위와 주제적 층위로 구분하기도 했다. 문법적 층위에서는 문법적 응집성, 즉 응집 관계(Textzusammenhang)에 관여적인, 텍스트의 연속하는 문장들 간의 통사론적·의미론적 관계를 연구하는 것이고, 주제적 층위에서는 텍스트가 문장들에 표현하는 사태들(문장 내용, 명제들) 사이에서 만들어내는 인지적 응집 관계(kognitiver Zusammenhang)를 분석하는 것이다. 이러한 결과는 텍스트 분석을 위해서는 몇 가지 층위로 구분하여 설명하지 않으면 안되는 텍스트의 다면적 양상을 방증(傍證)하는 것이라 할 수 있다.

명제들 간의 의미 관계를 밝힘으로써 더 큰 명제 단위로 재구성된 거시구조(Makrostruktur) 차원, 전체 텍스트에 관여하는 소단위 텍스트들의 기능적 단위들로 구성된 초구조 차원으로 나뉘며, 주로 텍스트의 1차적 의미를 파악하는 데 기여한다.

미시구조와 거시구조는 명제간의 조건적 연관성, 지시대상 간의 일치 등과 같은 조건을 만족시키는지를 파악하는 과정이고, 거시구조와 초구조는 총괄적 의미 구조로서 의미적으로 한 단계 더 추상화된 명제들의 계층적 연결이다. 특히 초구조에 대한 인식은 초구조가 텍스트 유형을 표시해주는 총괄적 구조로서, 문법적 바탕에 근거하고 있지 않다는 점에서 초문법적이며, 언어공동체의 화자들이 대부분 초구조를 형성하는 인지적인 규칙/절차나 범주 체계를 알고 있고 또 사용한다는 점에서 경험론적이고, 텍스트의 형식 즉 유형이 사회 문화적으로 규정되어 있다는 점에서 관습적인 성격을 띤다. 텍스트 내적 세계는 텍스트의 표층적 의미 구조와 독자가 상호작용한 결과물이다.

(2) 텍스트 외적 세계의 구성

텍스트 외적 세계란 텍스트 내적 세계의 의미 해석에 공조하기 위해 독자에 의해 수의적으로 동원되는 '관념적 자원'으로서, 지식[21]의 성격을 지닌다. 이것은 다시 맥락(context)적 지식과 가치(value)에 관한 지식으로 대별된다[22]. 텍스트 외적 세계는 간텍스트성(intertextuality)을

---

21) 판다이크와 킨츠(van Dijk & W. Kintsch, 1983:303~304)는 텍스트 이해를 위한 정보는 텍스트 자체에 명시적으로 표현되지 않기 때문에, 담화가 관련된 사람, 사물, 사태(states of affairs), 행동, 사건(events) 등에 대한 언어 사용자의 지식으로부터 추출되어야 한다고 하였다. 그 지식은 우리의 선행 경험으로부터 단계적으로 해석되는 삽화적(episodic)인 지식과, 이런 삽화적 지식으로부터 추출되었지만, 추상화, 일반화, 탈맥락화, 재조합(recombination)의 학습 과정을 거쳐 보다 더 일반적이고, 안정된 성격의 지식으로 매우 다양한 인지 과제를 처리할 수 있는 지식으로 양분된다. 이러한 지식은 사회문화적으로 다양함에도 불구하고, 상호주관적 언어사용과 의사소통을 가능하게 할만큼 일반적이라고 지적하였다.

22) 맥락이란 직관적으로 커뮤니케이션 상황이라고 할 수 있는 것의 추상화이다. 그러나 맥락의 기준은 발화의 수용(또는 불수용), 달성(또는 실패), 적절함(또는 부적절함)을

기본 원리로 한 인지적 체계이다. 먼저, 맥락에 대한 지식은 개별 독자와 개별 텍스트가 공존하는, 공시태적인 사회문화적 환경과 과거와 현재를 이어주는 통시태적인 역사적 맥락에 대한 앎으로써, 통칭하여 상황 맥락(context of situation)에 대한 지식을 뜻한다. 가령, 텍스트 내용과 관련된 정치·경제·사회·문화 전반에 걸친 사회적 통념이나 최신 정보 등에 대한 배경지식이다. 가치에 대한 지식은 일종의 가치관(view of value)이며, 사회 문화적 상황에 의존적인 맥락적 지식과 달리, 독자 개인의 정서, 태도, 성향 등에 영향을 받는 것으로, 윤리적 가치, 미적 가치에 대한 보편타당한 규준, 혹은 그에 관한 지식을 뜻한다. 텍스트 외적 세계의 구성은 텍스트의 이해를 더욱 심층적이고, 생산적으로 만들어주며, 생략된 정보에 대한 독자의 추론을 더욱 활성화하며, 필자의 견해에 매몰되거나 독자가 자기 편견에 빠지지 않도록 하는 준거를 제공한다. 이와 같이, 개별 텍스트가 궁극적으로 말하고자 하는 필자의 숨겨진 의도와 사회문화적 맥락에서의 생성 동기 및 목적 등에 대한 탐구를 가능하게 하는 관련 배경지식, 스키마, 독자 및 사회가 지향하는 가치관 등의 텍스트 외적 세계는 읽기에 적극 개입하는 인지 요소이다.

텍스트 내적 세계의 구성은 주로 텍스트의 1차적 의미, 즉 표면적 의미와 구조를 파악하게 하며, 텍스트 외적 세계의 구성은 주로 텍스트의 2차적 의미, 즉 숨겨진 의도로서의 사회문화적 의미를 해석할 수 있게 한다. 또한 텍스트 내적 세계와 텍스트 외적 세계는 고정적이거나 불변적인 것이 아니라, 독자가 텍스트를 읽어나가는 동안, 각 세계가 구축되고, 혹은 수정되기도 하는 유동적이고 가변적인 것이다. 특히 구체적인 과제가 주어지는 읽기의 경우, 특수한 목적에 따라 해석에 기여하는 각 세계의 관련 정도가 결정되며, 각 세계의 하위 인지 요소들이 동기화

체계적으로 결정하는 요소만 맥락 개념에 받아들일 수 있다. 환언하자면, 맥락에 의해서 의미가 결정되고 맥락에 의해서 발화 행위의 기능이 밝혀진다. 여기서 맥락이란 어떤 의사소통 상황이 가지는 수많은 자질, 특히 발화를 화행으로서 성공하게 끔 하는 조건들의 구성요소인 자질의 이론적 재구성이라는 특징을 가지고 있다(판다이크 1980: 115). 이러한 지식의 두 가지 성격에 대해서 인지적 변인(스키마), 정의적 변인(신념, 가치관)으로 구분할 수도 있다.

(motivation)된다. 여기서 텍스트 내적 세계는 구조적·의미론적 체계이며, 텍스트 외적 세계는 일종의 기능적·화용적 체계라고 할 수 있다.

텍스트 외적 세계와 텍스트 내적 세계는 의미의 '상호작용성(interactivity)'을 기반으로 관련되어 있다. 텍스트 외적 세계는 텍스트 내적 세계의 어떤 부분에 대한 '확장된 해설'의 성격을 띠기 때문에 지시적(denotative)이며[23], 곧 텍스트 내적 세계의 구체적인 외연(denotation)들로 구성된 일종의 메타텍스트(metatext, text of text)라고 할 수 있다. 따라서 텍스트 외적 세계의 구성은 '개별 텍스트와 관련된' 상황 맥락, 사회문화적 배경, 가치관, 세계관, 윤리의식 등을 기억으로부터 활성화하는 과정이라고 할 수 있다. 사회적·문화적 맥락에 대한 지식 및 가치관에 대한 인식은 여러 층위에서의 텍스트 의미를 '추론'하는 과정과 밀접하게 관련된다. 예컨대, 관습적인 논증 텍스트의 구조는 '가정(전제)'과 '결론'의 범주들로 이뤄져 있다(van Dijk, 1980:229~230). 특히 '가정'은 다양한 종류와 유형으로 표현되며, 때로는 이러한 가정들이 암묵적으로 표현되거나 생략되기 때문에 독자는 전제된 가정들을 추론해야 한다. 반면에 필자는 표현의 효과성과 증의성의 측면에서는 독자가 충분히 추론할 수 있는 내용을 전제화하여 생략하는 경우가 많은데, 이때 독자의 텍스트 외적 세계에 대한 인지는 전제된 내용을 추론하게 하여 내용 이해를 정교하게 한다.

이상으로 지금까지의 논의를 다음과 같이 정리할 수 있다.

---

23) 순수하게 자립적인 텍스트 외적 세계란 있을 수 없다. 텍스트 내적 세계의 동반자적 텍스트 세계로서, 상보성, 관여성에 의해 매개된다.

〈텍스트의 의미 분석에 관여하는 인지 범주〉

미시구조적 차원	텍스트 내적 세계와의 상호작용	문장의 통사 구조 및 수사적 표현 방식에 대한 인지
거시구조적 차원		주제 및 의미의 지시적 흐름에 대한 인지
초구조적 차원		구조의 유형 및 관계(기능) 인지
맥락적 지식 차원	텍스트 외적 세계와의 상호작용	간텍스트성(intertextuality)을 지닌 맥락의 인지
가치적 지식 차원		가치관, 사회적 윤리 규범에 대한 인지

3. 텍스트 분석의 실제

읽기에 능숙한 독자가 글을 읽을 때 어떤 점을 고려하며 무엇에 중점을 두며 어떠한 언어 기제를 판단의 단서로 이용하는지 등, 글에 대한 이해 과정을 보여 주는 것은 읽기의 본질을 분석하는 데 필요한 작업이다. 텍스트에 대한 내용 구조의 분석을 통해 학생들은 읽기의 단계적 절차를 익히기 때문이다. 위에서 언급한 여러 가지 다른 층위에서의 텍스트 분석을 통해서 읽기의 과정을 보이는 것이 효과적이나, 본고는 간단히 텍스트의 1차적 의미와 2차적 의미의 이해를 텍스트 내적 세계와 텍스트 외적 세계와의 상호 작용이라는 측면에서 함께 설명하고자 한다. 앞의 표에서와 같이 각 의미 구조의 표상과 인지 체계가 반드시 도식적으로 대응되는 것은 아니므로, 1차적 의미는 '주로' 통사와 의미론적 관점에서, 2차적 의미는 '주로' 화용적이고 기능적 관점을 바탕으로 기술한다. 이때 2차적 의미 구성은 1차적 의미를 토대로, 독자가 비판적인 관점에서 텍스트의 생성 배경, 필자의 숨겨진 의도 등을 추론해나가는 과정이다.

3.1 텍스트의 1차적 의미 분석과 텍스트 외적 세계의 상호작용

다음은 광고문이다. 광고의 언어 사용은 압축적이고 상징적이다. 이는 광고의 목적에 의해 그 표현이 전략화되어 있기 때문이다. 설명 위주의 보도 기사와는 달리 언어의 선택과 배열이 훨씬 의도적·계획적이며, 따라서 화용적이다. 먼저, 미시구조적 차원에서[24], 수사적 결속 구조가 어떻게 전체 텍스트의 응집성을 효과적으로 드러내는지, 화용적인 언어 사용상의 맥락에서 분석해 보자.

〈예문1〉

대한민국에
대우 자동차가
없어도 되겠습니까?

(Woo) VS (Hyun)
현대자동차, 승승장구하십시오.

최초로 자동차를 발명한 나라는 독일,
그러나 세계 자동차 시장은 미국에게 넘어갔습니다.
새로운 기술 개발을 앞당기고 고객 서비스 수준을 높이는
GM과 포드 크라이슬러의 숨막히는 다툼이 있었기 때문입니다.
르망보다 앞선 스타일의 아반테, 아토스보다 잘 팔리는 마티즈를 만들기 위한
34년간의 경쟁-
뒤늦게 뛰어든 대한민국을 세계 5위의 자동차 산업국으로 만든 것은
현대자동차도 대우자동차도 아니라 서로를 채찍질한 경쟁이었습니다.
대우자동차 없는 대한민국 자동차산업은 반쪽에 불과합니다.
대한민국을 위해 대우자동차는 다시 일어서야 합니다.

---

24) 다음에서 분석 틀은 크게 두 가지이다. 미시구조적 측면에서는 보그란데와 드레슬러의 응집성과 결속구조(응결성)의 개념과 브링커(K. Brinker, 1992)의 재수용 원리(Prinzip der Wiederaufnahme)를 이론적 바탕으로 하고, 특히 고영근(1999)의 '의미·기능상의 등가성에 기댄 응결 장치'에 대한 분석틀을 이용한다.

대우차 서포터가 대한민국 서포터-
대우자동차와 함께 가실 여러분을 모십니다.

〈중앙일보, 2001/7/10〉

위는 신문 하단부 광고면의 절반 크기로 작성된 기업 제품 광고이다. 위는 전형적인 광고문의 형식을 보여주고 있는데, 광고문도 신문 기사문과 같이 일반적으로는 표제와 부제, 본문으로 구성되어 있다. 들여쓰기와 같은 작문의 텍스트 경계 구분이 되어있지 않으나, 글씨체의 진하기와 크기로 텍스트의 형식문단 구분을 대신할 수 있다. 위의 글은 크게 여섯 개의 소단위 텍스트로 구분할 수 있다.

T_1은 글자가 본문에 비해 4배 가량 크고, T_2와 T_4는 본문 T_3에 비해 약간 크고 진하게 인쇄되어 있다. 예상할 수 있듯이, 글자의 크기와 진하기는 형식적으로는 수용자의 주의를 끄는 시각적인 가독성 효과를 지니면서 동시에 내용적으로는 호기심을 끌 만한 문구 또는 주제를 전면에 내세워 특정 내용을 강조하는 역할을 한다. 이러한 문자체와 모양의 변화는 독자의 시야에 독이성(讀易性)의 단위를 형성하고, 이에 따라 독자는 텍스트의 경계를 인식한다. T_3은 다시 두 개의 내용으로 구분되고, T_1과 T_2 사이에 있는 자동차 양사의 기업 마크를 하나의 텍스트로 추가해야 할 필요성이 있다[25]. 즉 T_3은 외국과 우리나라의 사례를 대조 비교한 〔S_1~S_4〕와 이와 관련된 주장을 기술한 〔S_5~S_6〕으로 의미문단을 나눌 수 있다. 그러나 여기서는 분석의 편의를 위해서 T_3을 두 개의 내용 문단으로 분리하여 다음과 같이 텍스트의 하위 경계를 구분한다.

T_1〔(S_1 대한민국에 대우 자동차가 없어도 되겠습니까)S_1〕T_1
T_2〔 (Woo) VS (Hyun) 〕 T_2
T_3 〔(S_1 현대자동차, 승승장구하십시오)S_1〕 T_3
T_4 〔(S_1 최초로 자동차를 발명한 나라는 독일, 그러나 세계 자동차 시장은 미국에게 넘어갔습니다)S_1 (S_2 새로운 기술 개발을 앞당기고 고객 서비스 수준을 높

25) 확장된 텍스트 개념에 근거하여 그림도 텍스트의 일종으로 다룬다(고영근, 1999:10).

이는 GM과 포드 크라이슬러의 숨막히는 다툼이 있었기 때문입니다)S_2]T_4

T_5 [(S_1 르망보다 앞선 스타일의 아반테, 아토스보다 잘 팔리는 마티즈를 만들기 위한 34년간의 경쟁— 뒤늦게 뛰어든 대한민국을 세계 5위의 자동차 산업국으로 만든 것은 현대자동차도 대우자동차도 아니라 서로를 채찍질한 경쟁이었습니다)S_1 (S_2 대우자동차 없는 대한민국 자동차산업은 반쪽에 불과합니다)S_2 (S_3 대한민국을 위해 대우자동차는 다시 일어서야 합니다)S_3]T_5

T_6 [(S_1 대우차 서포터가 대한민국 서포터-)S_1(S_2 대우자동차와 함께 가실 여러분을 모십니다) S_2] T_6

이의 결속 구조와 응집성 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다 : T_1은 문자체의 크기로 보아 표제(headline) 역할을 한다. 표제는 주로 본문의 머리 부분에 특별히 강조된 자체로 표시되어 수용자의 주의를 끌거나, 혹은 내용을 압축하는 기능을 가진 낱말이나 구 또는 문장형식의 문안이다. T_1은 하나의 의문문 형식에, 독자를 다소 당황하게 하는 질문으로 시작한다. 이러한 당혹스러움은 이 문장이 독자가 한번도 언급한 적이 없는 내용, 즉 '대한민국에 대우자동차가 없어도 된다'는 것을 마치 이전에 독자가 말한 적이 있는 것처럼 가정하고 있다. 이로 인해 T_1은 일종의 궤변이자 억지 주장처럼 들리며, 다소 시비조의 표현인 것으로 오해된다. 동시에 이러한 표현은 직접적인 표현 의도나 주제를 숨기고 독자의 호기심을 자극하여 주의를 환기하는 역할을 한다.

또한 '없어도'라는 부정어의 사용은 독자에게 더욱 강하게 호소하는 감정을 전달한다. 독자는 이러한 반어적이면서도 "극단적인" 반문을 통하여, 독자는 대우자동차가 있어야 되는 특별한 이유를 떠올리지 못한다 하더라도 그와 동일한 정도로, '대우자동차가 없으면 안될 것 같은 불안한 느낌'을 갖게 된다. 이는 전체 주제이자 이 문장의 화용적인 의미인 '대한민국에 대우자동차가 있어야 합니다'를 평서형으로 표현하는 것보다 훨씬 강한 효과를 드러낸다. 즉 형식은 수사의문문의 문장 형식을 띠고 있으나, 이 표현은 화행적으로는 강한 '단언(assertion)'의 발화 행위로 분류될 수 있다[26]. 특히 '대한민국에'라는 다소 어색한 국가 명

26) Searle(1969)의 5가지 발화 유형 구분에 의하면 '표본 발화(representatives)'에 해당.

칭의 사용은 '대우자동차가 없음'이 한 기업이나 개인의 문제가 아니라, 국가 차원의 중대사임을 함축한다. 문맥상 대우라는 자동차 회사는 대한민국의 기업이자, 그곳에 소재한 것임이 당연하고, 청자 또한 이미 알고 있는 지식임에도 불구하고 이를 공지시하지 않고 신정보인 양 문두에 제시한 것은 또 다른 강조의 일환이다.

여기에 사용된 언어 표현은 그라이스(Grice, 1975)의 '대화의 협동원리'와 관련되어 설명할 수 있다. 즉 표면적으로는 불필요한 정보('대한민국에')를 제공함으로써 '양의 격률'을 어기고 있는 듯이 보이지만, 실제로는 범국가적 차원의 문제로 호도하려는 필자의 의도가 개입된 '화용상의 전략'이다. 이 질문에 대한 답변, 즉 텍스트 생산자의 주장에 대한 이유는 T_4에서 이어진다. 이 텍스트는 전체적으로는 T_1의 질문과 나머지 텍스트들의 대답으로 구성되어 있다.

T_1만으로는 이 광고의 주체가 '대우'라는 회사인지 아니면 타사인지 구분할 수 없으며, 자동차 광고인지조차도 의심스럽다. T_2는 T_1에서 제기되는 의문에 대해 조금의 단서만을 제공한다. 양사의 마크가 제시됨으로써 최소한 두 개 회사와 관련되는 광고로 그 범위가 축소된 것이다. T_2도 하나의 텍스트로, 문자와 그림의 중간 형태이다. 'VS(versus)'를 중심으로 대우자동차와 현대자동차의 대표적인 기업 마크를 표시하여, 대우와 현대자동차가 서로 경쟁 관계에 있음을 보여준다. 이와 같이, 문자가 아니더라도 전달 의미가 인식되고, 언어기호로 의미의 번역이 가능하기 때문에 하나의 텍스트로 간주될 수 있다. 이 텍스트를 효과적으로 이해하는 독자라면 각각의 마크 표시가 자동차 기업을 의미함을 사전에 알고 있어야 할 것이다. 이와 같이 배경지식은 텍스트의 이해에 직접 관여한다.

T_3은 더욱 특이한 의미구조를 가진 하나의 문장으로 되어있다. 이것은 부제에 속하며, 문자체의 크기가 두 번째로 커서 시각적으로 눈길을 끌며, 따라서 역시 강조의 효과를 지닌다. 대체로 부제는 표제에 준한 요소로서 본문보다 두드러진 형식적 문안, 표제를 설명하거나 발전, 연장시키거나 한정하거나 확장하거나 응답하는 등의 제한적 내용으로 되

어 있다. T_3은 부제의 이러한 일반적인 역할, 즉 표제에서 내건 문제나 욕구에 대한 약속이 연장되거나 응답하는 호응구의 기능을 하면서도 직접적인 대답을 '유보'하고 있다. 독자는 '현대자동차의 승승장구'라는 표현에 의아한 느낌을 가질 수 있다. 즉 T_1과 T_3 사이의 의미적 연결이 부자연스럽기 때문이다. 환언하자면, T_1에서 독자는 이 텍스트가 대우자동차 광고임을 암시적으로 추론할 수 있으나, T_3에서는 갑자기 현대자동차의 '선전(善戰) 혹은 기원'이 등장했기 때문이다.

일반적으로 자사 광고의 경우, 제품의 이런 저런 면에서 장점을 제시함으로써 정말 좋은 제품임을 소비자가 귀납적으로 추론할 수 있도록 하는데, 이때 제품을 선전하는 발화 행위의 주체는 주로 1인칭 단/복수이다(예컨대, '우리 제품은 이렇게 좋습니다'로 시작하는 담화). 그러나 T_3의 통사 구조를 살펴보면, '현대자동차'는 주어가 아니라, 호격으로 처리된 독립어이고, '승승장구하십시오'는 합쇼체의 정중한 명령문으로 되어 있다. 즉 T_3이 하나의 발화 단위라면, 이 발화의 주체는 현대자동차가 아니라, 대우자동차이며, 대우자동차가 경쟁자격인 현대자동차의 승승장구를 빌어주고 있는 표현이다. 언표적 의미로는 명령문의 문장 형식을 취하고 있으나, 언표내적 의미는 '기원'이기 때문이다[27]. 이 문장은 문법적으로 전혀 오류가 없다 하더라도, 의미상 T_1에서 T_3으로의 연결을 어색하게 하여, 응집성을 떨어뜨리는 원인이 되었다. 자사 제품 광고에 타사의 발전을 기원하는 표현이 있다는 것은 자사 광고의 효과를 떨어뜨리는 것이므로, 일반적인 세상지식에도 어긋난다. 따라서 T_3까지 읽은 독자는 더욱 당황하게 된다.

T_3은 T_1의 질문에 직접적인 대답을 회피하나, 의미상 호응구를 이룬

27) 이 부분은 화용론으로 설명되었지만 동시에 화용론의 한계를 보여주는 예라고 할 수 있다. 상식적으로 자사 광고에서 라이벌 회사의 발전을 직접적으로 기원하거나 축하하는 경우는 드문 예이다. 이러한 기원 표현이 전체 텍스트 속에서 어떤 기능을 할지는 '전체 텍스트의 의미적 관계' 속에서 파악될 수 있다. 즉 언어 의미의 기능과 역할을 문맥과 상황 요소를 고려해 설명하는 화용론이라 할지라도 '문장 차원'의 설명에서는 여전히 한계를 지닌다. 따라서 텍스트 화용론의 설명이 더 설득력이 있을지도 모른다.

다. 즉 '현대자동차는 승승장구해야 한다. 또는 승승장구할 것이다. 그러므로 대우자동차는 필요 없다'는 추론이 가능하다. 이러한 독자의 잠정적인 추론 결과에 대해 T_4~T_5는 일종의 의미적 반전을 보여준다. 이로 인해 T_3과 T_4~T_5의 연결 또한 의미상 자연스럽지 못하다.

T_4에서 T_6까지는 본문으로서, 광고 카피의 몸통이 된다. T_4의 S_1은 독특한 문법 구조를 가지고 있다. '그러나'라는 역접부사로 연결된 사실상 두 개의 문장이나, 쉼표로 처리되어 하나의 문장 형식으로 연결되며, 그 내용은 사건에 대한 객관적인 기술로 이뤄져 있기 때문이다. S_1의 전절(前節)은 '주어 명사구(~나라는) + 서술어 명사구(독일)' 형태의 명사 상당어구이다. 서술격 조사 '이다'가 생략됨으로 인해 발화시 압축성을 지녀, 반의적인 후절(後節)의 효과를 배가시키는 역할을 한다. S_1의 '~독일,'은 이 발화의 압축성으로 인해 T_3의 '현대자동차,'와 같이 구 전체가 마치 하나의 독립어와 같은 기능을 할 수 있도록 한다.

S_1은 다음과 같이 두 문장으로 표현될 수 있다.

(1) 최초로 자동차를 발명한 나라가 독일입니다.
(2) 세계 자동차 시장이 미국에게 넘어갔습니다.

(1)과 (2)는 S1의 변이문으로, 정보구조(information structure)[28]의 측면에서 보면, 두 개의 문장으로 나뉜다. 의미적 층위에서 보면, (1)의 신정보는 '독일'이며, 따라서 초점도 여기에 있다. 그러나 이 문장의 기저 구조를 '독일이 세계 최초로 자동차를 발명한 나라입니다'의 도치문으로 본다면, 화제와 평언(topic-comment)의 위치가 바뀌고, '세계 최초로 자동차를 발명하다'가 신정보가 될 수 있다. 세상의 상식으로는 최초로 자동차를 발명한 나라가 세계 자동차 시장을 석권하는 것이 당연한 이치이다. 따라서 (1)의 서술어 '독일'과 (2)의 주어 '세계 자동차 시

28) 다네쉬(Daneˇs, 1966)의 용어로서, 주어진 명제를 표현하는 데에 쓰일 수 있지만, 사용되지 않은 문법적 대안들을 총칭하는 말이다. 문장의 정보 구조에서의 차이는 변이문들 사이의 대조를 통해서 이해된다. 이에 대해서는 김혜정(2002), 고석주 외역(2000) 등을 참조할 것

장은'은 지시적 관련성에 의해 의미적으로 연결되어 있다.

즉 (1)과 (2)의 기저 문장 사이에 생략된 문장 (a)를 추론해 낼 수 있다.

(1) 최초로 자동차를 발명한 나라가 **독일**입니다.

(a) **독일**이 **세계 자동차 시장**을 석권했습니다.

(2) **세계 자동차 시장**이 미국에게 넘어갔습니다.

(a)의 주어 및 목적어는 각각 (1)의 서술어 및 (2)의 주어와 공지시 관계에 있다. 또한 문장 (2)를 능동태로 고쳐도, '독일이 세계 자동차 시장을 미국에게 넘겼습니다'로 되어, 여전히 '독일'은 공지시된다. 단지 '문장태(voice)'의 변화로 표면 구조에 드러나지 않을 뿐이다. 따라서 S_1의 기저 구조는 '독일이 자동차 시장을 미국에게 넘겼습니다'가 되고, 중심 화제는 '독일,'에서 '미국에게'로 이동된다. 화제를 '나라'나 '시장'으로 보면 화제 사이에 의미적 연관성이 없어 화제의 흐름이 자연스럽지 못하다. 특히 S_1의 전절은 '명사 상당어구'의 압축된 서술형으로, 발화시 명사 다음에 휴지를 두어 끊어 읽음으로써, 희비가 엇갈린 '미국'과의 대조적인 의미를 강조할 수 있다.

T_4의 S_2는 S_1의 정보 진술에 대한 해설로, 이유 제시 문장이다. S1은 전체 서술어, '~때문입니다'의 주어인 '그 이유는'이 생략되어 공범주로 실현됨을 추측할 수 있다. 이어지는 T_5의 내용을 참고하면, 이유 제시에 의미 전달의 중점(주장)이 있다. 이렇듯 주어가 생략되어도 전혀 어색하지 않은 것은 앞 문장 S_1이 '사건-보도문' 형태로 되어 있고, 이 문장의 정보 구조 자체가 S_2의 주어 역할을 하기 때문이다. 즉 '~때문입니다'라는 텍스트 표지로 인해 S_1과 S_2의 연결은 응집성을 보장받는다. 위 두 문장의 의미 연쇄는 다음과 같다.

(3) S_1 : [자동차 발명국 독일이 세계 시장을 미국에 넘겨줬다]는 것(사실)은
S_2 : …… 숨막히는 다툼이 있었기 때문입니다.

이는 이 광고 텍스트가 구어적 성격을 지님을 방증(傍證)하는 증거이기도 하다. 즉 주어 명사구의 공범주화는 주로 구어에서 드러나는 특징인데, 화자와 청자에 이미 알려진 구정보이거나 관습적인 언어 표현에서 서로 호응하는 관용구의 일부를 생략하더라도 청자가 충분히 재구할 수 있는 경우에 일어난다. 또한 S_2는 텍스트 차원에서만 온전하게 해석될 수 있음을 보여준다. 문장 차원에서는 '~때문이다'가 무엇의 이유·원인인지 추측할 수 없기 때문이다. 응결성을 높이는 또 다른 장치는 통사론적 장치인데, 문장 '기술 개발'과 '고객서비스 수준'이, '앞당기고'와 '높이는'이 각각 서로 대구를 이루며, 발화시 운율상으로도 '새로운'과 '고객서비스', '기술개발'과 '수준'이 각각 대응구를 이루며 비슷한 호흡 길이로 읽힌다.

T_5는 4개의 문장으로 구성되어 있다. S_1은 '현대 자동차 소속의 아반테'와 '대우 자동차 소속의 마티즈'가 각각 상대방 회사의 제품과 판매 경쟁에 있음을 표현하고 있다. 이 문장은 T_4의 S_1과 같이, '명사 상당어구'의 형태로 끝맺음되어 있으며, '경쟁' 뒤에 하이픈(—)[29]을 표시하여 다음에 계속되는 '경쟁'에 대한 지시적 선행어구임을 암시한다. 즉 줄표의 중요한 기능은 앞절에 대한 부연 상세(詳細)가 이어짐을 표시하는 것이다. 즉 후절에 등장하는 '(서로를 채찍질한) 경쟁'은 앞절의 '(34년간의) 경쟁'을 지시하는 것으로 의미상의 등가성에 기댄 응결장치로, 명사의 명시적 재수용이 이뤄지고 있다. 이 '경쟁'은 앞 텍스트 T_4의 '다툼'과 의미상 같은 지시 내용을 갖고 있으며, 이는 유의어에 의한 어휘 재수용이다. 따라서 T_4의 S_1에 나오는 '다툼'과 T_5의 '경쟁'은 의미상의 등

29) 하이픈(hyphen) 혹은 줄표는 이미 말한 내용을 다른 말로 부연하거나 보충함을 나타낸다. 문장 중간에 앞의 내용에 대해 부연하는 말이 끼어들 때나, 앞의 말을 정정 또는 변명하는 말이 이어질 때 쓴다. (국어어문규정집, 1988고시:35) 그러나 여기서는 이러한 문법적 기능 외에도 화용적으로는 발화시 휴지(休止)를 두어 긴장을 완화시키는 기능도 하는 것으로 보인다.

가성에 기댄 응결 장치로 이어지며, 텍스트간의 결속성을 지속하는 데 기여한다.

또한 '~보다 앞선 스타일의'과 '~보다 잘 팔리는'은 통사론적 응결 장치로서, 기능상의 등가성에 기댄 반복 표현으로 볼 수 있다. 위의 두 수식어구는 우선 통사적으로, 모두 비교급 문장을 만들어 뒤의 명사를 수식하는 역할을 하며 구절 구조상 대구를 이루고 있다. '앞선 스타일'과 '잘 팔리다'는 표면적으로는 의미 자질의 공통성을 발견할 수 없으나, 기능상으로는 양사의 경쟁에서 서로 이기고 지는 관계를 표현하는 어휘임을 추측할 수 있다. 따라서 '스타일이 앞서다'와 '잘 팔리다'는 화용 의미로는 모두 '~보다 낫다'를 뜻하는 대체어로 쓰인 것이다.

또한 발화시 '(34년간의) 경쟁'은 평서문의 문말 억양(intonation)과 같이 하향조로 읽히나, 두 번째 등장하는 '(채찍질한) 경쟁'에서는 액센트[30]를 발견할 수 있다. 즉 앞의 '경쟁'은 사건에 대한 단순 진술이나, 뒤의 '경쟁'은 이미 등장한 단어의 의도적인 반복으로 하이픈 앞의 내용 전체를 지시, 강조하고 있는 것이다. T_5의 S_1을 의미적 연쇄에 따라 다음과 같이 재기술할 수 있다.

(4) ㄱ. 뒤늦게 뛰어든 대한민국을 세계 5위의 자동차 산업국으로 만든 것은
ㄴ. 르망보다 앞선 스타일의 아반테, 아토스보다 잘 팔리는 마티즈를 만들기 위한 34년간의 경쟁—
ㄷ. 현대자동차도 대우자동차도 아니라 서로를 채찍질한 (바로 그) 경쟁이었습니다.

S_1을 일반적인 어순에 따라 재배열한 것이다. 이에 따르면, 전체 주술 구조는 '~만든 것은 + ~경쟁이었습니다'로 구성되고, 앞절 '르망보다 ~ 34년간의 경쟁'은 의미상 서술어 역할을 한다. ㄱ은 주어이고, ㄴ과 ㄷ은 기능상 동격의 서술어로서, 일종의 어구 재반복에 의한 통사적

30) 정보 구조에서 새로 등장하는 담화 지시체는 문장의 주 액센트가 놓이는데, 그것은 높낮이 표시(pitch prominence)로 그 특성이 기술된다. 문장 액센트는 문장의 초점 구조에 대한 형식적 표시인 초점 표지로 기능한다(고석주 외(역), 2000:28).

장치이다. 실제 본문에서는 ㄴ → ㄱ → ㄷ 순으로 도치되어 있다. 이러한 도치문의 구조에서 필자의 표현 전략을 엿볼 수 있는데, 이는 단순히 강조의 효과 이외에도, 앞의 텍스트 T_4와의 응집성을 높이는 효과를 유발한다. T_4의 마지막 문장 어구 중에 'GM과 포드, 크라이슬러의 숨막히는 다툼'이라는 표현과 통사적으로 대구를 이루면서 의미상 대응되는 구인 'ㄴ'을 문장의 전면에 내세워 '문법적 거리를 좁힘으로써' 독자로 하여금 외국의 사례와 우리의 사례가 의미적으로도 더욱 밀접하게 연관되었음을 보여주려고 한 것이다.

T_5의 S_2는 T_1의 표현, '대우자동차가 없어도'와 '대한민국'이라는 명사구의 의도적인 반복에 의해 명시적으로 재수용된다. 따라서 독자는 S_2가 T_1과 관련되며, 적어도 T_1의 질문에 대한 직접적인 대답임을 추론할 수 있다. S_3은 S_2의 부연이면서 주장을 드러낸다. 특히 '다시 일어서야'라는 어휘에서는 '대우자동차는 운영상 어려움을 겪고 있다'는 것을 전제하고, '대우자동차가 기사회생(起死回生)할 것임'을 단언한다. S_3의 '대한민국', '대우자동차' 등은 S_2의 어구를 그대로 반복 사용함으로써 재차 강조하는 기능을 한다.

여기까지의 분석 결과를 토대로, 결국 T_3의 진위는 거짓으로 드러나고, 그 화용적인 의미는 반어적인 표현에 의한 '비꼼'이었음을 독자는 다시 확인하게 된다. 이 광고 텍스트가 다른 광고와 구별되는 특별한 효과는 바로 T_1, T_3에서 T_5로 이어지는 화용상의 전략에서 드러난다.

독자의 추론 과정의 추이를 중심으로 화용상의 전략을 살펴보면 다음과 같다 : T_1에서 갑작스런 수사의문문의 시작은 아직 아무런 준비가 되어 있지 않은 — 화제에 대한 어떤 정보(예컨대 상품소개나 회사소개) 없이, 배경지식이나 스키마을 활설화하기 전에 — 독자로 하여금 즉각적인 판단을 강제적으로 유보하게 하는 동시에, 이러한 극단적인 결론의 유보는 오히려 부정적인 의미(→ 없어도)의 질문을 일순간 긍정적인 의미(→ 없으면 안 된다)로 재고하게 만든다. 그러나 T_2의 상표 그림에서 이미 대우와 현대의 경쟁 관계를 암시받은 독자는 T_3에서 현대자동차가 승리한 것으로 느낀다. 이는 T_1의 질문에 대해 T_3만으로는 '대우자

동차가 없어도 된다'는 뜻으로 추론되기 때문이다. 그러나 T_5에서 다시 주장의 반전이 이뤄지고, 전체적으로 T_4는 이 주장을 뒷받침하는 예시 단락으로서 기능한다.

T_3과 T_5에서는 시점(point of view)과 관련된 또 하나의 화행상의 전략이 발견된다. 즉 '대우 자동차가 없어도 되겠습니까?'와 같은 질문 형식, '현대자동차, 승승장구하시오'와 같은 명령문 형식, '대우 자동차는 일어서야 합니다'와 같은 단정의 평서문 형식 등에서 발화주체의 1인칭 시점이 아닌 3인칭적 시점이 부분적으로 쓰였다는 점이다. 이는 발화 행위의 주체가 문맥과 실재에서 각기 다르게 설정되어 있다는 것을 의미한다. 이 텍스트의 실재적인 발화 주체는 광고주인 대우자동차 회사이다. 그러나 T_1에서뿐만 아니라 T_3에서 발화상의 맥락적 주체는 대우자동차가 아니라, 대우자동차를 지지하는 '제 3자'로 설정되어 있다. 자회사의 광고를 선전하는 입장이라면, 내재적으로라도 '우리 회사의 차는 어떠하다'는 식의 서술 방식이 선호되어야 하나, 본문에서는 오히려 '우리'라는 기저 관점보다는 대우차를 지지하는 일반적인 독자 혹은 제 3자의 목소리로 서술되고 있다. 이렇듯 실재적 주체의 1인칭적 서술 태도를 감추고, 맥락적 주체로서의 3인칭적 서술 태도를 드러내는 표현 방식은 광고의 객관성을 고지하려는 화용적 전략이다. 즉 문맥적 주체와 실재적 주체간의 중의적 설정은 독자가 인식하지 못하는 사이에 독자로 하여금 이 텍스트가 광고주의 자회사 제품에 대한 일방적이고 주관적인 선전이 아니라, 객관적인 시각에서 제품을 선전하고 있는 듯한 인상을 준다. 반면에 독자의 입장에서 보면, 이런 식의 표현 방식은 독자에게서 쉽게 '잘못된 추론'을 유도한다.

T_6은 이 광고의 최종적인 목적인 자사의 회원 모집을 위한 설득 기능, 즉 수용자에 대한 요구가 직접 명시되어 있다. 이 텍스트의 두 문장은 하이픈으로 연결되어 있지만, 위의 경우와는 달리 동일한 단어의 반복에 의한 통사적 연결 장치로 보기에는 미흡하다. 물론 '대우차 서포트＝대한민국 서포트＝대우차와 함께 가실 여러분'이 동일한 의미 내용을 지시하는 화용적 표현으로 볼 수도 있으나, S1과 S2는 하이픈에 의한

동격이라기보다는 다음과 같이 인과적으로 연결되는 두 개의 문장으로 처리하는 것이 더 효과적이다.

(5) S_2 : 대우차와 함께 가실 여러분을 모십니다.
S_1 : (왜냐하면) 대우차 서포터가 대한민국 서포터이기 때문입니다.

T_6의 텍스트 기저 구조를 위와 같이 환언하면, S_1과 S_2는 이유[31]로 연결된다. 즉 S_1은 S_2의 논리적인 이유로서 S_2는 S_1로부터 야기되는 행위이다. 이러한 S_1의 행위는 앞 텍스트 T_5의 마지막 문장 어구, '대한민국을 위해' 부분과 의미적 연관성을 가진다. '대우차의 회생'은 국가 차원에서 반드시 성취되어야 할 과제이며, 이로써 대우차를 지원하는 것은 곧 국가를 지원하는 일임을 의미한다. 이 표현은 수사법상 '과장'과 비형식적 논리 오류를 범하고 있다.

이렇듯 과장과 논리적 비약은 일반적으로 광고 텍스트에서 자주 드러나는 표현 기법이다. 독자는 전문(全文)이 한꺼번에 읽힐 정도의 문장력으로 인해 논리적인 오류를 전혀 감지하지 못한 채 텍스트를 읽어 나가고 때때로 광고의 요구에 설득된다.(본고에서는 거시적 차원, 초구조 차원에서의 분석은 생략한다)

3.2. 텍스트의 2차적 의미 분석과 텍스트 외적 세계의 상호작용

본 절에서는 거시적인 관점에서 텍스트 화용론적이고, 기호학적인 텍스트 의미 및 기능을 설명하고자 한다. 행위 이론에서 발화(혹은 텍스트)는 일차적인 의사소통뿐만 아니라, 특정 사회의 상호작용에 기여하는데, 이때 텍스트는 정적인 대상으로서 문어 혹은 구어적인 것으로 전달

31) 판다이크(정시호(역), 1995:52~59)는 원인 관계는 실제세계(혹은 유사세계의 집합)의 물리적·생물적 법칙성 등에 근거를 두고 있으며 '이유' 관계는 지식과 타당성 있는 논증의 원칙에 근거를 두고 있다고 보아, 원인(Verursachung)과 이유(Grund)를 구분했다.

되기보다는 일종의 행위로 작용하기 때문이다. 따라서 텍스트 또한 행위의 과정과 같이, 표현 자체와 표현 의도와 표현 결과 등으로 구분될 수 있으며, 언어적 행위의 분석, 즉 언어적 발화의 기능 분석을 통해 사회문화적 의미를 재구할 수 있게 된다.

위에서 예로 든 광고텍스트는 특정한 맥락에 의해 텍스트의 의미가 결정되고, 이것이 하나의 언어적 행위로 수용자에게 간접적으로 전달된다. 먼저 T_1은 언표적으로는 존재의 가부를 묻는 단순 질문 문장이나, 이 문장의 언표내적 의미는 '없으면 안됩니다'와 같은 강한 단언(assertion)이다. 독자는 여기서 이미 대우자동차에 대한 선전 광고문임을 예측할 수 있다. 그러나 다음에 이어지는 내용, '현대자동차 승승장구 하십시오'는 앞부분의 발화 의미와 상반되는 것으로 추론 과정에 혼란을 야기한다. 즉 대우자동차의 선전 내용과 정면으로 상치되는 것이기 때문이다. 독자는 문장의 의미 연결이 어색함에도 불구하고, 이 부분의 의미를 보류하고 읽어나가기를 계속할 것이다.

위의 예문에서 보면, 마지막 단락('대우차 서포터가 대한민국 서포터- 대우자동차와 함께 가실 여러분을 모십니다.')에서 필자의 주장이 본격적으로 제기된다. 이는 앞서 진술하였던 라이벌 회사의 승승장구를 빌었던 문장이 하나의 수사적 기교에 지나지 않음을 증명한다. 즉 승승장구 기원은 반어법이면서, '그래 혼자서 잘 할 테면 잘 해봐라'는 식의 비꼼이었던 것이다. 이러한 표현은 일상적인 구어 발화의 형식이 광고의 텍스트에 그대로 적용된(일종의 패러디) 예를 보여준다. 따라서 이러한 표현을 쓰기 이전보다 더 강한 자극을 독자에게 전달한다. 그 화용적 의미를 추론하자면, '현대자동차가 승승장구하면 결국 대한민국 자동차 산업은 반쪽에 불과해서 망한다'는 식으로 텍스트의 내용이 전개되기 때문에, '현대자동차 승승장구하라'는 표현은 사실상 독자에게 그 의도를 선뜻 이해하기 어려운, 따라서 유보되는 의미이다.

따라서 독자는 문장 의미, 그대로를 파악하는 것이 아니라, 이 문장이 전체 텍스트 속에서 작용하는 기능을 인지해야 하는 것이다. 이러한 기능의 파악은 전체 텍스트의 주제 속에서 재발견된다. 독자는 앞서 읽

었던 부분을 역으로 거슬러 올라가서 의미를 재수정하거나 보충해야 하는 것이다. 이러한 인지 과정은 주제에 대한 독자의 가설을 확인 또는 검증하기 위해 다시 텍스트 내적 세계에 존재하는 구체적인 언어 표현의 단서를 찾아 역추적하는 과정에 비유될 수 있다. 즉 독자는 텍스트 표면상의 주제와 그 이면에 필자가 말하려고 하는 궁극적인 의미가 무엇인지 파악하는 것을 문제로 설정하고 이와 관련된 세부적인 표현이나 주장을 점검하면서 문제를 해결하려고 한다. 혹은 주장의 타당성이나 표현의 효과성을 확인하는 것을 문제로 설정한다면, 주장을 뒷받침하는 근거나 이유를 텍스트에서 다시 확인하고 자신의 경험이나 배경지식과 관련지어 평가를 내린다. 독자가 설득되는 위치는 이러한 판단이 불분명할 때다.

독자는 광고의 표제 '~없어도 되겠습니까?'를 다시 한번 확인한다. 광고 본문의 전체 의미는 이에 대한 답변이자, 독자를 설득하는 논증 과정이다. 그러나 독자는 읽기를 시작할 때 아직 그것을 의식하지 못할 것이다. 독자는 처음에, 준비되지 않았던 도발적인 질문에 당황해하고, 자신이 기대하던 선전이 아닌 상대편에 대한 일방적인 찬사에 의아해한다. 그러나 고조되었던 억양은 다시 가라앉고, 독자는 의아함을 해소하기 위해 필자의 '경쟁과 발전'이라는 논증 과정에 귀를 기울이며, 서서히 설득된다. 필자는 아마도 이러한 광고 텍스트 전략을 세웠을 것이다. 그러나 필자가 정당화하기 위해 내세운 '경쟁과 발전'은 논리적으로 필연성이 있는 것이 아니다. 단지 개연성 혹은 가능성 있는 관계를 논거로 제시하였을 뿐이다.

독자가 텍스트의 표면적 의미 즉 1차적인 의미를 아무런 의심없이 수용한다면, 독자는 텍스트의 목적에 맞게 설득되는 것이다. 실제로 독자가 회원 가입을 하게 되는 경우라면 이 텍스트의 화행적 의미는 하나의 행위로써 달성된 것이다[32]. 그러나 독자는 이에 대해 몇 가지 의문을 제기할 수도 있다. 예컨대, 이 광고가 쓰여진 사회문화적 배경을 관

32) 이를 화행이론에서는 발화효과적 행위(perlocutionary act)라고 하였다.

련지음으로써 독자는 비판적으로 사고할 수 있다.

대우자동차는 부채 총액이 자산의 규모 이상을 넘어섰기 때문에, 경영부실로 인해 실제 경영권이 주식회사의 주주에게서 정부 관리로 이양된 상태로, 외국 기업에 헐값으로 매각되기 직전이다. 그러나 대우자동차 회사는 대량 실업과 하청 기업의 동반 몰락 등 경제 구조에 미칠 악영향을 고려하여 분해보다는 외국 기업에 매각되는 쪽으로 시도되고 있다. 또한 그간의 자생 노력으로 자동차 매출 실적이 다소 늘면서 경영권의 이전과 관계없이 기업의 재활, 재기를 노리는 상황이다.

이러한 과정에서 대우자동차는 광고의 전체적인 주제 전개의 방향을 우수 제품이나 우량 기업 이미지의 선전이라는 기존의 방식에 두기보다는 기업의 '부재(不在) 혹은 몰락'이 가져올 위험에 대해 '가정'함으로써 독자의 정의적(情意的) 사고를 자극함을 목적으로 한다. 이를 위해 기업 간의 경쟁이 실제로는 공망이 아니라 공생(共生)의 원리로 작용함을 정당화의 근거로 들고, 외국 사례를 인용하여 지지하였다. 이러한 과정은 독자의 반논증적 의향을 약화시키고, 따라서 독자의 수긍을 얻게 되면, '대우자동차를 살리기 위해서 독자가 할 일은 서포트 회원이 되는 것이다'는 행위 유도의 결과로 곧장 이끌어 나간다.

독자는 텍스트 외적 세계, 즉 사회문화적 상황과의 관련성에 유의해야 한다. 그러나 이는 시장 자본주의에 의한 기업의 생존 원리일 뿐 'GM과 포드 크라이슬러'의 공생 관계와는 관련성이 약하다고 생각한다면, 이 사건에 대한 독자의 가치 판단이 개입되어, 텍스트 근거의 논리적 타당성에 의문을 제기할 수 있다. 특히 위의 광고는 구조적인 면에서도 기존의 광고 기술 방식과 다른 설득의 방식을 사용하고 있다. 첫째, 일반적인 광고는 자기 제품의 장점을 설명하는 데 중점을 둔다. 경쟁적 관계의 타사 제품과의 차별성을 극대화하거나 독자적인 장점을 부각하는 중에 과장법이나 제유법(부분성 부각)과 같은 수사법이 등장하고, 상징이나 유추가 보편적으로 쓰인다. 그러나 위의 광고는 경쟁 회사의 이름을 직접 거론하여 독자로 하여금 당황하게 만든다. 일반적으로 타사의 상호명이나 제품명을 직접 거론하여 본사 제품의 우월성을 강조하

는 비교 광고는 관습적으로(제도적으로) 금기시되고 있어서, 이에 대한 파격은 자연스러운 광고 발화가 아니다. 둘째, 제품 자체의 우월성이나 장점을 부각시킨 것이 아니라, 회사 자체의 부재로 인해 발생될 수 있는 문제를 부각시켜 한 개별 기업의 상황을 범국가적인 문제 혹은 독자와 관련된 개인적인 문제로 전이시킴으로써 회사를 지지하는 행위를 유도하고 있다.

독자는 이러한 텍스트 이면에 숨겨진 의도를 인식해야 한다. 첫째, 제품에 대한 어떠한 설명이 없음에도 불구하고 그 제품을 선전하고 있다는 것과 둘째, 독자는 광고주인 회사가 없어졌으면 좋겠다거나 그 회사의 발전을 저해하는 어떠한 생각이나 행위를 하지 않았음에도 불구하고 그 회사의 존망에 책임이 있는 것처럼 느껴야 한다는 것이다. 대한민국의 자동차 산업이 발전하느냐 망하느냐는 독자에게 달려 있는 셈이 된 것이다. 독자는 자연스럽게 이에 대해 애국적인 책임의식을 가지게 된다. 따라서 독자는 서포트 회원이 되거나 최소한 서포트 하는 심정을 가지지 않으면 안되는 것처럼 결과된다. 광고의 최종 목적은 독자로 하여금 구매 행위나 구체적인 지원으로 이어지도록 하는 것이다.

이 광고의 추론 과정에 나타난 오류를 피해갈 수 있으려면 텍스트 외적 세계의 구성이 적극적으로 이뤄져야 한다. 첫째, 사회적으로 볼 때 대우자동차가 외국 회사에 매각 인수될 당시에 등장해서, 시의성(時宜性)을 노린 텍스트임을 주지해야 한다. 국민 정서상, 국가의 유수한 기업들이 외국 자본에 팔려 나가는 상황이 결코 달갑지만은 않은 사정이다. 또한, 기업 경영의 부실이라는 이유야 어찌됐건 간에 이 광고에서는 광고주 회사의 생존 이유를 본질적인 부분이 아닌 곳에서 찾고 있다는 점이다. 이는 곰곰이 생각해 보면 어느 기업이든지 마찬가지 상황일 수 있다. 어느 기업이든지 경쟁 기업이 존재한다. 그러나 경쟁 기업이 없어진다고 해서 그 기업 자체가 같이 망한다거나 경쟁력이 떨어진다는 것은 필연적인 결과는 아니다. 오히려 그 반대가 일어날 수도 있다. 즉 제품의 경쟁력이 있다거나, 기업의 폐업과 함께 사장되어서는 안될 세계적인 기술을 보유하고 있기 때문이 아니라, 또한 이 기업으로 인해 2

만 노동자의 대량 실업 사태가 예기된다거나 국가 자본의 잠식 상태가 확대된다거나 하는 부속적으로 발생할 수 있는 부정적인 문제들의 심각성 때문이 아니라, 경쟁 회사와의 경쟁력을 도모하지 못하여 자동차 산업 전체가 부진하게 될 지도 모른다는 '타당성이 미약한 근거'를 제시하고 있다. 이는 주변적인 문제를 마치 전면적인 것으로 호도하여, 국민의 정서에 호소하고 있는 셈이다. 이러한 광고가 독자에게 호소력이 있는 이유는 당시의 사회적인 상황이 '대우자동차를 살리자'는 여론에 힘을 싣고 있기 때문이다.

둘째, 이와 같이, 광고 텍스트의 의미는 제품이나 기업의 이미지 광고가 아니라, 일종의 논설이나 지지 연설과 같은 '표현의 효과성'을 노렸다는 점이다. 우리나라의 유수한 기업의 매각, 즉 어떤 측면에서는 한국 국적을 잃는 패망을 지켜볼 수밖에 없는 국민이 안타까운 심정으로 이 텍스트를 읽는다면 이는 광고라기보다는 '국민적 동참'을 이끌어 내는 연설문이 될 것이라는 광고주의 의도를 읽을 수 있을 것이다. 실제로 이 광고 문구는 연설의 어조로 표현되어 있다.

요컨대, 위의 광고텍스트에 표면적으로 드러나는 1차적인 의미는 '대우자동차는 공생적 발전을 통해 자동차 산업 발전에 기여를 했다. 따라서 자사의 서포트 회원이 되어 달라'는 내용이다. 그러나 이 광고의 내포적인, 2차적 의미는 자동차 해외매각을 눈앞에 두고 있는 실정에서 차를 팔지 않으면 자사가 망하거나 최소한 해외 매각 협상이 거론되지 않는 위기 상황을 애국심에 호소하는 것이다. 이러한 상황에서 단순하게 제품에 대한 우수성을 과장하는 기존의 선전 방식은 소비자의 눈길을 끌지 못한다는 것을 필자도 알고 있다. 따라서 다른 방식의 광고 전략을 이용한 것이다.

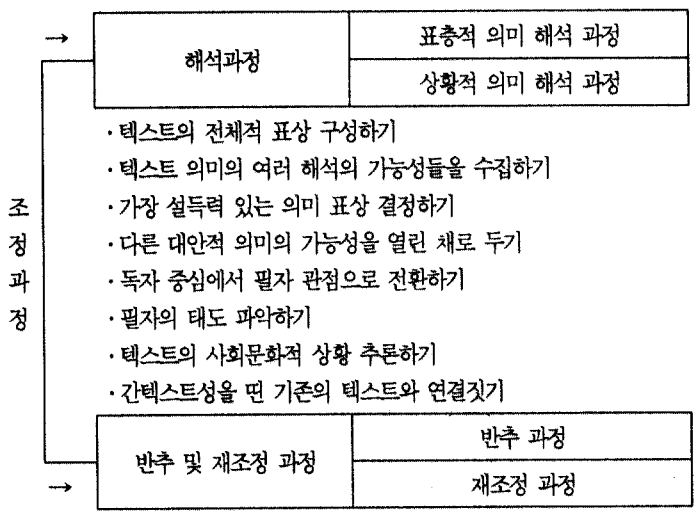
텍스트 외적 세계에 대한 인식이 텍스트의 내적 세계를 구성하는 데 구체적으로 관여하기는 하지만, 텍스트를 이해하는 데에는 텍스트 외적 세계의 객관적인 상황 맥락적 지식만이 동원되는 것은 아니다. 텍스트를 수용하고 비판하는 활동의 주체는 최종적으로 독자 자신이기 때문이다. 몇 가지 상반된 주장을 하고 있는 텍스트들을 상호 비교할 때 최종

적인 수용은 독자가 가진 가치관이나 윤리 의식 등에 의해 이뤄진다. 따라서 아무리 텍스트에 대한 의미 구조를 잘 구성하였다 하더라도 독자의 가치관이나 윤리관이 제대로 수립되어 있지 않다면, 텍스트의 의미는 다른 국면을 보일 수밖에 없다.

국어교육에서, 특히 비판적 읽기 교육에서 가치관의 정립이 중요한 이유는 여기에 있다. 건전한 상식이나 사회 통념, 윤리적 가치, 미적 가치 등을 비롯한 가치관은 국어교육에서 정의적 영역의 사고와 관련되지만, 이의 설정 과정은 텍스트 외적 세계에 대한 통찰과 논리적 추론을 통해 형성되므로 결국은 인지적인 영역의 사고와 상호 관련되어 있다.

4. 텍스트의 이해 전략 - 재언을 덧붙임

앞서 제기된 이론들을 바탕으로 독자가 실제 텍스트를 읽어나가면서 의미 구조를 구성하는 과정을 다음과 같은 행위 과정으로 전략화할 수 있다.



〈 텍스트 내용에 대한 평가 : 타당성, 합리성 판단〉
- 논제의 진위 검증하기 : 내용지식
- 기술의 관점 검토하기 : 가치관 및 태도
- 공동체의 이해 관계 조정하기 : 윤리

〈 텍스트 형식에 대한 평가 : 효율성, 효과성 판단 〉
- 수사적 차원과 구성적 차원에서 주제 표현 효과 재고하기 : 구조지식

〈 사고 과정에 대한 평가 : 합리성, 객관성 판단 〉
- 텍스트 의미 결정 과정의 합리성 재고하기 : 과정지식
- 독자의 배경 지식 재고하기 : 가치관 및 태도 수정

이는 크게 두 가지 단계로 설명된다. 먼저 텍스트 해석 과정에서 텍스트에 제시된 정보를 단서로 텍스트에 대한 전체적인 심리적 표상을 재구성하는 것이다. 이는 텍스트가 생성된 사회문화적 배경이나 필자의 구체적인 의도 등을 추론하여, 이상적인 언어공동체가 동의할 만한 가장 적절한 텍스트의 '최종 의미'에 도달하는 것이다. 두 번째는 반추 및 재조정 과정으로서 텍스트 이해에 대한 평가 과정이다. 해석 과정을 통해 구성된 텍스트의 의미는 독자의 반추 과정에서 준거로 작용한다. 텍스트가 의도하는 목적이 언어적 표현 방식에 효과적으로 드러나 있는지, 필자가 주장하려는 텍스트의 의미 내용이 독자가 속한 담화공동체에 적절한 것인지 혹은 어떤 가치를 지니고 있는 것인지 평가하는 것이다. 또한 독자가 기존에 가지고 있었던 가치관이나 배경지식이 수정되거나 확대되거나 적절하지 못한 것으로 간주될 수도 있고, 자신의 의미구성 과정이 적절한 절차를 거쳤는지 상위인지적 관점에서 재점검할 수도 있다.

이러한 전략의 수행 과정을 통해 독자는 읽기 과정을 의식적으로 조절하며, 읽기 과제를 가능한 한 종합적으로 해결하는 거시적인 안목을 갖게 된다. 독자는 두 가지 층위의 해석 과정을 통해 텍스트와 더욱 긴밀한 관계를 설정하게 되고, 반추 및 재조정 과정에서 텍스트에 대한 주관적인 판단이나 평가를 텍스트에 드러난 준거(언어적 표현의 단서)를 통해 검증받는다. 따라서 독자와 텍스트 간에는 상호작용적인 조정과정

이 형성된다.

읽기란 독자가 일정한 상황에서(독서 상황 변인), 필자가 구성해 놓은 의미를 재구성하기 위하여 독자 자신의 사전 경험(독자 변인)과 필자가 제시한 단서를(텍스트 변인) 상호 보완적으로 활용하는 과정(박영목, 1996:268~270)이라고 한다. 읽기는 이 세 요소들의 역동적 상호 작용 속에서 이뤄진다. 최근의 읽기 연구 경향[33]은 이 가운데 상대적으로 상황 변인을 강조하여 읽기 행위의 주체와 담화공동체, 또한 그 둘간의 사회적 상호 작용, 주체의 읽기 행위에 영향을 미치는 해석 공동체의 읽기 관습과 규범 등에 관해 설명한다.

텍스트를 이해하는 과정은 이와 같이, 사회문화적 상황 맥락에 대한 독자의 이해를 강조함으로써 텍스트의 수동적인 수용 차원을 넘어, 텍스트의 맥락적 의미를 파악하는 데까지 나아가는 것이어야 하며, 이러한 텍스트 해석의 결과를 바탕으로 텍스트에 대한 독자의 비판적인 평가를 포함하는 과정으로 설명될 수 있다. 결국 독자의 읽기 능력은 사회와 문화 상황을 거시적인 관점에서 바라볼 수 있는 안목(가치관)과 건전한 상식(지식)의 계발을 통하여 신장되는 것이다. 이는 박영목(2001)이 지적했듯이, 독자가 속한 담화 공동체 혹은 학문 공동체의 적극적인 참여로 인해 가능해지며, 세계관에 대한 끊임없는 성찰과 재조정 등을 통해 발전한다.

본고에서는 다양한 텍스트의 유형을 분석하지 못했고, 텍스트 이해를 설명하는 과정이 1차적으로는 구조 분석에 치우쳤으며, 2차적인 의미 분석 도구와의 연계적 설명이 부족하였다는 한계를 지닌다. 이에 대한 더 깊은 연구는 다음 기회로 미루고자 한다.

---

33) 주로 M. Kamil, P. Mosenthal, P.D. Pearson, & R. Barr (eds.) Handbook of reading research, vol. III, NJ: LEA을 참고함. 특히 최근의 사회·문화적 이론에 기반한 논문 : M. Kamil, P. Mosenthal, P.D. Pearson, & R. Barr, Preface(서문), Ibid: ix-xiv. J. P. Gee(2000), Discourse and sociocultural studies in reading, Ibid:195-208. 그 외에 G. Kress(1990), "Ideological Structures in Discourse", Handbook of Discourse Analysis. T.A. van Dijk(ed), Academic Press.

참고문헌

고석주 외 역(2000), 『정보 구조와 문장 형식』, 월인.

고영근(1999), 『텍스트이론-언어문학통합론의 이론과 실제』, 아르케.

김혜정(2002), 「텍스트 이해의 과정과 전략에 관한 연구 -비판적 읽기 이론 정립을 위한 학제적 연구」, 서울대학교 박사학위 논문.

노명완(2001), 「중학교 국어교과서와 독서교육」, 『제9회 발표자료집』, 한국독서학회.

박여성 역(1997), 『미디어인식론:인지-텍스트-커뮤니케이션(S. J. Schmidt, 1994)』, 까치.

박영목(2001), 「지식 사회와 학교 독서 교육의 방향」, 『제9회 발표자료집』, 한국독서학회.

박태호(2001), 「초등학교 저학년 국어교과서와 독서교육」, 『제9회 발표자료집』, 한국독서학회.

서 혁(1996), 「담화의 구조와 주제구성에 관한 연구」, 서울대 국어교육과 박사 논문.

송효섭(2000), 『문화기호학』, 아르케.

정시호 역(1995), 『텍스트학(van Dijk, 1980)』, 민음사.

한철우 외(2001), 『과정중심 독서지도』, 교학사.

van Dijk & W. Kintsch(1983), *Strategies of Discourse Comprehension*, Academic Press.

M. Kamil, P. Mosenthal, P.D. Pearson, & R. Barr (eds.) *Handbook of reading research*, vol. Ⅲ, NJ: LEA, pp.ix~xiv.

J. P. Gee(2000), Discourse and sociocultural studies in reading, *Handbook of reading research*, vol. Ⅲ, NJ: LEA pp.195~208.

G. Kress(1990), "Ideological Structures in Discourse", *Handbook of Discourse Analysis*, T.A. van Dijk(ed), Academic Press.

〈초록〉

텍스트 이해에서 의미 구성의 층위와 인지적 상호 작용

김 혜 정

독자는 스키마의 도움으로 텍스트 표현 구조에 함축된 의미를 추론하며 머릿속에 의미 구조를 구성해 나간다. 통사적 결속 기제나 의미적 표지와 같은 표면적 결속 구조가 얼마나 긴밀한 의미적 관계망을 형성하고 있는지를 보여주는 것이 응집성(coherence)이라면, 텍스트가 응집성을 얼마나 가지고 있는지에 대한 판단은 '텍스트 밖의' 다른 기제로서 필자의 텍스트 생산 의도나 텍스트 소통과 관련된 사회 문화적인 맥락 등을 어떻게 파악하느냐에 따라 달라질 수 있다. 능동적인 독자는 텍스트로부터 의미 구조를 표상하는 데 있어, 텍스트 내적 정보들뿐만 아니라, 텍스트 외적인 정보들을 의미 해석의 단서로 적극 이용하는데, 이러한 인지 과정에서 독자와 필자, 맥락 간에 인지적 상호작용이 전제된다. 본고는 독자의 의미 구성 과정을 비판적으로 텍스트를 읽는 과정과 관련지어 설명하고, 광고 텍스트를 일례로 분석해 보았다. 본고는 독자에 의해 재구성되는 의미를 두 가지 층위로 임의 구분하였는데, 첫 번째 층위(level)의 텍스트 의미는 텍스트의 유형과 표면 구조에 구속적인, 표면적 주제 의미이고, 두 번째 층위의 의미는 텍스트 생산과 수용의 사회문화적 맥락과 결부시킴으로써 독자가 추론한 이면적 주제 의미이다. 따라서 의미 구조를 구성한다는 것은 텍스트에 드러난 표면적인 주제, 즉 1차적인 주제 의미를 파악하고, 그 텍스트와 상호관련성을 가진 텍스트 밖의 상황 맥락적 정보들과 관련지음으로써 숨겨진 텍스트의 2차적인 의미까지도 추론하는 과정이다. 능숙한 독자는 표층적 결속 구조에 바탕한 의미 구조를 파악함과 동시에, 텍스트의 생산과 수용에 관련되는, 텍스트 외재적인 사회 문화적인 상황 맥락과 텍스트의 내용을

관련시킴으로써 보다 심층적인 의미를 파악한다. 비판적인 텍스트 이해란 바로 두 번째 층위의 의미까지 도출해 내는 과정을 뜻하며, 비로소 이러한 해석 과정을 통해 결과된 '의미'와 그 의미를 드러내는 '표현 형식'을 비판적 사고 작용의 대상으로 삼을 수 있다. 이것은 텍스트와 독자, 그리고 상황맥락 간의 상호 협상 과정에 비유되며, 이러한 인지 과정에서 중요한 것은 텍스트를 분석하여 얻어낸 결과인 주제를 독자가 가지고 있는 지식과 경험, 그리고 신념이나 가치관에 비추어 신중하게 판단하는 것이다. 따라서 비판적으로 텍스트를 읽는다는 것은 글 내용의 표면 뒤에 숨겨진 필자의 의도를 찾아내면서 그것이 얼마나 타당하고 적절한지를 자신의 스키마에 비추어 판단하는 상위 인지적 과정이다. 그러므로 독자의 스키마는 텍스트 표현에 대한 글쓰기의 관습과 규칙, 자신이 속한 담화공동체의 요구와 가치관, 무엇보다 건전한 상식과 윤리 의식 등을 포괄하고 있어야 하며, 이로 인해 읽기 교육은 단순히 독해 원리나 과정의 학습이 아니라, 사고 교육의 방법이 되며, 나아가 담화공동체의 구성원으로서 건전한 윤리 의식을 고양시킬 수 있는 범교과적 학습이 된다.

【핵심어】 의미구성의 층위, 1차적 주제 의미, 2차적 주제 의미, 의미 협상, 인지적 상호작용

〈Abstract〉

A Study on the levels of semantic structure and cognitive interactions in Text Comprehension

Kim, Hye-jung

A Study on the relevance with text comprehension and semantic structure is to explain how a man understands the world-building situated meaning and communicates the external world through the real text. The concept of critical reading is reader′ energic reconstructive processing in finding of Text-eaning.

This paper explains to approach to the text comprehension with two dimensions. In first level, text structure is analyzed into micro structure, macro structure, superstructure, and text content is explained by description of relations of each structure. In second level, whole and further meaning of text is constructed by inferring sociocultural context, which has been theorized by transition of interpretation in literature and semiotics. Text first-level meaning interpreted in first level is superficial and locutionary, but second-level meaning in second level is further, situated, ilocutionary and often perlocutionary. Especially, Critical reader reconstructs semantic world by inferring situated meaning and by grasping writer′ internal intentions, text-purpose, sociocultural backgrounds of text production, and so forth.

Cognition in text comprehension is divided two worlds : internal text-world, external text-world. Internal text-world is reader' semantic representation of text contents and text structure, and external text-world is nonlinguistic representation which has intertextuality against origianl text and is consisted of values, beliefs, knowledges, backgrounds, schema, and etc. reader synthesizes 'internal text-world' and 'external text-world' uring critical reading.

Accordingly, critical reading is interpretation-processes of sociocultural, situated meanings and an evaluative and creative activity assuming critical thinking in constructing of text-eaning.

【key words】 the levels of semantic structure, external text-meaning, internal text-meaning, cognitive interations