

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2018.4.1.75>

JCCT 2018-2-10

## 문화콘텐츠기획 모형 연구

### A Study on the Cultural Contents Planning Model

김천영\*

Cheon-Young Kim\*

**요약** 본 연구는 관계적 접근으로 문화콘텐츠기획 모형을 탐구하고자 한다. 이를 위하여 문화콘텐츠의 개념적 접근들을 설정하고, 문화콘텐츠 분석 및 기획을 통합적으로 할 수 있는 센텐스문화콘텐츠기획의 일반모형을 제시한다. 그것의 내용은 컨셉기획모형, 기표개발·선택기획모형, 기표배열·배치기획모형이다.

문화의 중요성은 문화인식의 중요성에서 찾아진다. 그것은 삶의 중요성 인식이기에 그러하다. 문화가 삶의 질서 속에서 구성되는 삶의 방식으로 드러나는 만큼, 문화인식은 문화콘텐츠 인식으로서의 삶의 인식으로 간주된다. 문화콘텐츠기획은 바로 이러한 건강한 삶의 질서를 구성하는 지점에 자리하고 있다는 점에서 그것의 필요성과 중요성을 가지며 올바른 문화콘텐츠기획의 존재의미를 부여받는다.

이러한 점에서 문화콘텐츠기획 모형 연구는 이론과 실천면에서 유용성을 가지며 연구의 정당성과 가치공헌을 꾀할 수 있는 가능성을 가질 것이다.

**주요어** : 문화콘텐츠, 문화콘텐츠기획, 문화콘텐츠기획모형, 센텐스문화콘텐츠기획 일반모형, 삶의 질서로서의 문화

**Abstract** This study aims to investigate cultural contents planning model by 'The Relation-Approach'. For this, I established conceptual framework of cultural contents, and suggested the General Model of Cultural Sentence Contents Planning: Concept Planning Model(CPM), Signifier Development & Choice Planning Model(SDCPM), Signifier Arrangement Planning Model(SAPM).

The importance of culture is found in the importance of perceiving culture derived from the perception of importance of life. As culture is represented way of life constituted in the order of life, perceiving culture is regarded as perception of life in the view of that of cultural contents. Thus, cultural contents planning has not only its necessity and importance but also the meaning of existence in the aspect of being situated at the healthy order of life.

Accordingly, A Study on the Cultural Contents Planning Model has usefulness in theory and practice, further more the possibility of attempting for the legitimacy and value contribution to the study of this realm will be accomplished.

**Key words** :cultural contents, cultural contents planning, cultural contents planning model, general model of cultural sentence contents planning, culture as order of life

\*정회원, 강릉원주대학교 자치행정학과  
접수일: 2018년 1월 9일, 수정완료일: 2018년 1월 20일  
게재확정일: 2018년 2월 3일

Received: January 9, 2018 / Revised: January 20, 2018

Accepted: February 3, 2018

\*Corresponding Author: cykim@gwnu.ac.kr

Dept. of Local Government Administration, Gangneung-Wonju National University, Korea

## I. 서론

근래에 들어 국가는 물론 지방정부 차원에서 문화에 대한 관심이 고조되고 있다. 국가는 미래의 생존전략의 하나로 문화기술(CT)[1]을 표방한다. 이는 기존의 경제 중심의 사회로는 더 이상 국가간의 산업경쟁력에 있어 비교우위를 점하기 어렵다는 위기의식과 함께 문화중심의 새로운 시대적 흐름[2][3]에 부응하기 위함이다. 이러한 흐름은 경제중심의 사회에서 문화와 경제를 연계시키려는 움직임이 반영하는 것이며[4][5], 나아가 문화기반의 경제, 산업의 문화화, 문화의 산업화, 문화집약적 산업이라는 새로운 개념을 등장시킨다. 문화의 중심에는 이성을 넘어 감성이 자리한다. 감성에 대한 비중이 더해지면서 물질적 풍요를 기반으로 하던 것에서 점차 정신적 풍요를 기반으로 하는 일상과 산업의 재편이 이루어지며, 산업의 감성화와 감성집약적 산업이 대두한다. 그 결과 과거의 일병문화(ill-being culture)를 넘어 웰빙문화와 웰빙문화산업(well-being culture & well-being cultural industry)으로 흐름이 이동한다. 감성을 기반으로 하는 문화의 생활화[6][7]와 산업화가 문화생활, 문화상품 및 문화산업의 새로운 시대를 열었다[8][9][10][11][12][13][14][15][16][17][18][19].

이와 같이 경제의 변경에 놓여있던 문화가 일상과 산업의 중심에 위치하면서 문화의 이해를 넘어 문화의 활용[20]에 대한 인식이 높아지고 있다. 문화의 활용은 문화콘텐츠의 기획, 가공 및 생산과 직접적인 관련을 맺는 것으로, 그것의 전 과정은 문화콘텐츠관리의 영역으로 이해된다. 문화의 콘텐츠를 관리하는 문화콘텐츠 관리는 문화의 의미를 관리하는 것으로 귀결된다. 문화콘텐츠관리를 통하여 문화기획력을 제고시키기 위해서는 국가(중앙정부)나 지방정부가 문화의 다양한 의미를 체계적·전문적·종합적으로 관리할 수 있어야 한다[21]. 그러나 아직까지 국가차원에서조차 문화콘텐츠관리에 대한 수준이 미약한 편이다. 지방정부의 경우 그동안 중앙집권적 시각에 의해 더욱 열악한 실정에 놓여 있다.

근래에 들어 지방자치제의 실시와 더불어 지방문화가 활성화되고 있다. 특히 지방정부별로 다양한 형태의 지방축제가 기획된다. 그동안 중앙집권체제 하에서 국가문화에 비해 상대적으로 관심의 변경에 놓여있던 지방문화가 지방축제의 활성화를 통하여 그것의 기반을

형성하려는 점에서 바람직한 현상이라고 할 것이다. 그러나 현재 대부분의 지방축제는 기대한 만큼의 효과를 보이고 있지 못한 것으로 나타난다. 주된 이유 중의 하나는 지방축제가 지방문화를 형성하는 중요한 요소로서 문화의 관점에서 접근되어야 하나 이벤트중심으로 그렇지가 못하다는 점이고, 다른 하나는 축제의 콘텐츠 기획력이 전문적이고 체계적이지 못하다는 사실이다. 문화콘텐츠의 측면에서 볼 때 현재의 지방축제는 접근 방법과 내용 면에 있어 한계를 보이는 것으로 판단된다. 실무적인 차원에서 전문성이 결여될 수밖에 없는 이유는 문화콘텐츠기획 분야의 이론연구가 일천하다는 점에서 찾을 수 있다.

이에 본 연구는 이러한 문제의식을 갖고 국가문화와 지방문화의 문화적 가치와 문화적 부가가치 제고를 위한 문화콘텐츠기획모형을 탐구하고자 한다. 이를 위하여 필자의 관계의 관점에 기초한 기호학적 접근 속에서 문화콘텐츠기획방법을 위한 접근모형을 모색한다. 아직 문화콘텐츠기획에 대한 용어조차 자못 생경한 관계로 여기서는 그것의 개념정의와 방법을 제시하는 것에 주안점을 둔다. 연구의 진행절차는 문화콘텐츠기획의 개념적 접근틀을 설정하고 이를 기반으로 하여 문화콘텐츠기획의 일반모형을 도출한다.

## II. 문화콘텐츠기획의 개념적 접근틀

문화콘텐츠기획의 개념정의에 앞서 콘텐츠의 개념에 대하여 살펴볼 필요가 있다. 현재 콘텐츠라는 용어는 많이 사용되고 있으나 분명하게 정의되고 있지 않다. ‘콘텐츠’(Contents)의 사전적인 해석은 일반적으로 ‘내용’이나 ‘의미’[22][23][24]로 표현된다. 이를테면 콘텐츠가 미약하다는 것은 내용이 빈약하거나 의미가 없음을 일컫는다. 형식과의 관계에서 보면, 형식은 존재하나 내용이 없거나 형식은 존재하나 의미가 없음을 말한다. Jakobson(1998)의 모형에서는 의미의 기능 중의 하나를 지시적 기능(referential function)으로 파악하며, Thwait(2002)[25]와 Lacey(1998)[26]는 이러한 의미 혹은 기호의 지시적 기능을 콘텐츠(content)로 정의한다. 여기서 기호의 지시적 기능은 콘텐츠를 유발하는 능력을 말한다. 또한 기호가 갖는 지시적 기능의 콘텐츠를 해석하게 하기 위해서는 어떤 형태의 코드(code)가 동

원되어야 하는데 이를 기호의 후단(초 혹은 주변)언어 기능(metalingual function)으로 파악한다. 즉 후단언어 기능이 수행되기 위해서는 기호를 이해할 수 있는 몇 가지의 코드가 필요하다. 이러한 점에서 의미는 기호 그 자체의 산물이 아니라 기호가 사용되는 범위 내에서의 코드(기표)의 산물로 이해된다. 이 때 코드는 기호체계 내의 일관된 의미(consistent meaning)를 지니는 하위체계로 인식된다(Thwaites et al., 2002: 40). 이렇게 볼 때 콘텐츠의 개념은 의미를 중심으로 접근하는 것이 필요함을 알 수 있다.

문화와 콘텐츠가 공통적으로 공유할 수 있는 개념 또한 의미와 관련이 있다. 문화는 의미가 생산되고 순환되며 교환되는 사회적 실천의 조화로 인식된다. 문화는 의미(meanings)와 관련된 사회적 측면의 그 무엇인 동시에 사회적 관계 속에서 의미를 표현하는 것이 아니라 의미를 생산하는 영역으로 이해된다(Thwaites et al., 2002: 1-2). 이와 같이 문화의 내용 속에는 의미생산의 개념이 중심에 자리한다.

문화와 콘텐츠의 개념에 포함되는 ‘의미’의 개념은 다시 ‘기호’와 연관된다. 기호(sign)는 기표(signifier)와 기의(signified)로 구성되며 기표는 현실세계의 물질적 형태를, 기의는 감흥을 받아 생성된 정신적 개념으로 이해된다. 소쉬르(Saussure, 1916; Lacey, 1998: 56-59)는 기호를 기표와 기의의 합으로 파악하며, 기표는 기호의 물질적 형태(물질, 청각, 시각, 후각 및 미각적) 인식을 말하며, 기의는 어떤 대상과 관련하여 습득하는 정신적 개념으로 본다. 이어 기호와 그 대상referent(기호가 지시하는 실제 대상물)과의 관계, 즉 기표와 기의의 관계를 의미화(signification)라고 본다. 이 때 기호는 의미를 생성시키는 그 무엇으로 인식된다. 아울러 첫 단계의 기호를 표상적·외연적 기호(denotative sign)로, 후속단계의 기호를 함축적·내포적 기호(connotative sign)로 파악한다.

따라서 의미생성의 경로는 기호를 통하여 의미가 생성되는데 이러한 의미는 기표와 기의의 관계(기호와 대상의 상호작용)에 의한다는 점을 발견할 수 있다. 이를 변용하여 보면, 기호와 대상의 상호작용인 관계의 형태에 따라 의미의 내용이 변화함을 상정할 수 있다. 소쉬르의 기호학적 접근은 관계를 통하여 외연적·내연적 기호가 생성되는 것을 말하고는 있으나 이를 구체적인 관계의 형태에 따라 성격을 달리하는 기호와 의미

의 생성을 언급하고 있지는 않다. 여기서는 관계의 형태를 실체적 관계와 상징적 관계로 구체화시켜 관계의 형식에 따라 기호와 의미의 형식과 내용의 변화를 가져온다고 본다. 이에 더하여 기호와 의미의 변화내용을 외연(denotation)과, 내포(connotation)의 개념으로 접근하나, 필자는 이를 표상, 구조의 개념으로 접근한다. 외연의 개념은 표상과 별반 차이가 없으나 구조의 개념은 내포와 차이가 있다고 본다. 그 이유는 기호와 대상의 관계와 연계시켜 접근하는 데 있어 구조의 개념이 내포의 개념에 비해 체계적인 접근을 가능하게 한다는 판단에서이다. 단순히 외연의 이면에 내포적 의미의 영역이 존재하는 것이 아니라 관계의 형식에 따라 다양한 지층의 의미가 구조적 배열 속에 존재한다고 보기 때문이다.

이상의 논의에서 볼 때 의미는 차이와 관계에서 비롯됨을 알 수 있다. 이러한 논의를 의미의 생성과정과 의미의 존재 형태 측면에서 보다 확장시켜 보면, ‘의미 생성경로모형’과 ‘의미계층모형’을 도출할 수 있다. 의미의 생성경로와 관련하여서는 기표와 기의로 구성되는 기호1이 지시하는 대상과 실체적이며 직접적인 관계를 맺을 때 생성되는 의미를 1차적 의미로 인식하며, 이는 지시하는 대상의 드러나는 부분을 단순히 설명하는 것으로 표상적 의미로 이해한다. 이어 표상적 의미는 그 속에 기표와 기의로 구성되는 기호2의 형태를 가지며 기호2가 지시하는 대상과 상징적·간접적 관계를 맺을 때 생성되는 의미를 2차적 의미로 인식한다. 이는 표상적 의미를 의미이게 만드는 지시하는 대상의 감추어진 부분을 심층적으로 설명하는 것으로 기호3의 구조적 의미로 이해한다. 이 때 구조적 의미는 실체적 관계의 과정을 내포하는 개념으로 파악한다. 이를 정리하여 의미 생성경로모형을 제시하면 그림 1.과 같다.

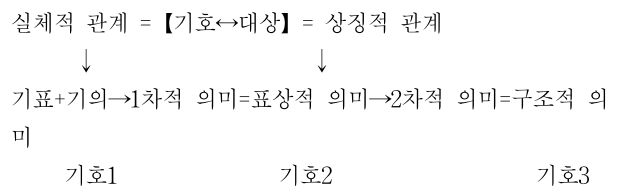


그림 1. 의미생성경로모형  
 Figure 1. The meaning generation path model

한편 의미계층모형은 의미는 기표와 기의간의 관계의 방식(실체적 또는 상징적)과 의미의 존재 수준에 따라 의미가 다양한 수준의 계층으로 형성된다고 가정한다. 수평적인 수준에서의 차이에 바탕을 둔 의미를 표층의미로, 수직적인 수준에서의 차이에 바탕을 둔 의미를 중층의미와 심층의미로 구분한다. 이 때 표층의미는 일반적으로 중층의미와 심층의미의 작용 하에 놓이는 것으로 인식한다. 따라서 표층의미는 그 자체로 의미를 생성시키는 것이 아니라 중층의미나 심층의미에 이르게 하기 위한 안내자의 역할을 하는 유동적인 의미를 내포하는 다양한 현시된 문화기표를 말한다. 반면에 중층의미와 심층의미는 그 시대와 공간의 맥락 속에서 반영되는 문화기표로 인식한다. 그 결과 표층의미는 '표상적 의미'로, 중층 및 심층의미는 '구조적 의미'로 파악한다.

이러한 틀 속에서 보다 구체적으로 의미의 존재 수준을 표층과 심층으로 구분하고, 관계의 방식을 실체적 관계와 상징적 관계로 파악하여 이를 4가지의 조합배열로 제시하면, 그림 2와 같이 실체적 표층의미, 실체적 심층의미, 상징적 표층의미, 상징적 심층의미로 분류된다. 여기서 실체적 표층의미를 표층의미로, 실체적 심층의미와 상징적 표층의미를 중층의미로, 상징적 심층의미를 심층의미로 파악한다. 실체적 심층의미와 상징적 표층의미를 중층의미로 파악하는 것은 의미의 계층이 크게는 표층(병렬적 측면)과 심층(계서적 측면)으로 구분할 수 있으나 표층에도 속하기 어려운 동시에 심층의미의 영역에 속하지 않고 더 진전된 의미를 갖게 하는 의미를 중층의미로 파악한다. 심층의미는 최종지점의 근거에 놓여있는 의미로 이해하며, 그러한 관계로 심층의미는 더 진전된 의미를 발생하지 않는 의미를 말한다. 이를테면 연기는 화재 등을 지시하는 문화기표로서 연기 그 자체는 표층의미의 범위에 속하며, 연기를 통하여 맥락적으로 지시되는 화재 등이 중층의미로, 화재가 다시 지시하는 보다 근거의 재난·재앙 등이 심층의미에 속한다.

		의미의 존재 수준	
		표층	심층
관계의 방식	실체적 관계	I 실체적 표층의미 (표층의미) 표상적 의미	II 실체적 심층의미 (중층의미) 구조적 의미
	상징적 관계	III 상징적 표층의미 (중층의미) 구조적 의미	IV 상징적 심층의미 (심층의미) 구조적 의미

그림 2. 의미계층모형

Figure 2. The meaning hierarchy model

이렇게 볼 때 표층의미는 '1차적 의미'에 속하고, 중층의미는 2차적, 3차적 등의 아직 심층의미에 이르지 못한 'N차적 의미'에 속하며, 심층의미는 '종국적 의미'에 속한다. 따라서 표층의미와 심층의미의 사이에 유동적으로 존재하는 중층의미의 영역은 무수한 차이와 관계의 방식에 따라 새롭게 생성, 조제할 수 있는 무한한 잠재력을 갖는 '의미의 텃밭', '의미의 심연'이라고 할 수 있다. 이 때 중층의미는 '약한 구조적 의미'로, 심층의미는 '강한 구조적 의미'로 분류할 수 있다. 또한 의미의 측면에서 보면 표층의미는 '단순의미'로, 구조적 의미는 의미의 의미인 '메타의미'로 이해한다. 그 속에서 중층의미는 '약한 메타의미'로, 심층의미는 '강한 메타의미'로 세분한다. 여기서 단순의미는 '병렬적 차이'에서, 메타의미는 '계서적 차이'에서 생성되는 것으로 파악한다. 병렬적 차이는 '단순차이'이나 계서적 차이는 차이의 차이인 '메타차이'를 의미한다. 병렬적 차이는 후술하는 '개체적 차이'와, 계서적 차이는 '관계적 차이'와 관련을 맺는다. 그 결과 병렬적 차이에서 비롯되는 단순의미는 '병렬적 의미'로, 계서적 차이에서 비롯되는 메타의미는 '계서적 의미'로 이해한다.

문화산업진흥기본법에 정의된 콘텐츠의 개념은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보를 말한다. 그러나 이러한 개념은 영화, 음반, 출판, 방송영상, 광고, 애니메이션, 캐릭터, 미술품, 공예품, 디자인 등의 문화산업을 대상으로 하여 정의된 개념으로 다양한 수준의 콘텐츠를 체계적으로 설명하기에는 논리성이 약하다. 콘텐츠는 몇 가지 문화산업을 대상으로 하는 단순한 자료 또는 정보를 말하는 것이 아니다. 자료와 정보의 존재를 콘텐츠로 보는 것은 콘텐츠의 다양한 영역을 동적으로 설명할 수 없게 할뿐더러 콘텐츠를 개

발하고 관리하는 관점에서의 논리적인 기반을 제약하는 한계를 노정 시킨다. 현행법상의 콘텐츠 개념이 제대로 정의되고 있지 못하다는 것은 콘텐츠가 미래의 국가 생존과 직결되어 있다는 점에서 심각한 우려를 낳게 한다.

콘텐츠의 개념 속에는 다양한 측면을 포함시킬 수 있어야 한다. 이러한 점에서 콘텐츠는 두 가지 조건 속에서 완성되는 것으로 접근한다. 콘텐츠의 첫 번째 조건은 의미가 존재해야 하며, 두 번째 조건은 그 의미가 수신자에게 전달될 수 있어야 한다. 전자는 콘텐츠의 ‘본질적 조건’이며, 후자는 소비와의 관계에서 의미를 갖게 하는 ‘소비적 조건’으로 이해한다. 콘텐츠는 본질적 조건을 충족시킨다 하여 소비적 조건을 갖는 것은 아니다. 실질적 의미의 콘텐츠는 본질적 조건과 소비적 조건을 동시에 갖추어야 한다. 이러한 점에 기초하여 콘텐츠는 ‘기호와 대상의 관계 및 발신자와 수신자의 관계를 통한 의미체계’로 정의한다. 의미체계는 의미의 생성-가공-생산을 포함하는 개념으로 본다.

문화기호학적 입장에서 문화와 의미의 관계를 보면 문화가 곧 의미의 묶음이며 나아가 기호체계임을 알 수 있다. 문화와 의미가 유사한 영역으로 파악되므로 의미의 중복을 피하는 동시에 ‘대상으로서의 문화’가 아니라 ‘관점으로서의 문화의 개념’을 중시한다는 측면에서 문화콘텐츠에서의 문화는 ‘문화의 관점’이나 ‘문화적’으로 이해한다. 따라서 문화콘텐츠의 개념은 ‘문화의 관점에서 구성·재구성되는 의미체계 혹은 문화적으로 표현되는 의미체계’로 인식한다. 이 때 문화의 관점에서 구성되는 의미체계는 기존의 의미와는 다른 새로운 의미의 구성을 말하며, 문화의 관점에서 재구성되는 의미체계는 기존의 의미를 문화적으로 재구성하는 것을 뜻한다. 즉 문화의 관점에서 구성되는 의미체계는 새로운 형태의 문화의 영역을 의미하며, 문화의 관점에서 재구성되는 의미체계는 기존에 문화의 영역으로 간주되지 않던 영역도 문화의 관점에서 재구성되면 이를 문화의 영역으로 인식하는 것을 내포한다. 문화콘텐츠기획의 개념은 콘텐츠와 문화콘텐츠의 개념에 기초하여 ‘문화기표기획과 문화기의기획을 하는 문화적 의미기획’으로 정의한다. 문화적 의미기획은 문화의 관점에서 의미를 기획하는 것으로 ‘삶의 질서로서의 삶의 의미기획’으로 지시된다. 이는 그림 3과 같다.

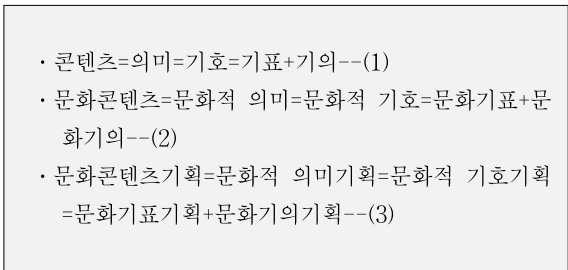


그림 3. 문화콘텐츠기획의 개념 체계  
 Figure 3. The conceptual system of cultural contents planning

### III. 문화콘텐츠기획의 모형 구상

이상의 문화콘텐츠기획의 개념적 접근들을 통하여 여기서는 문화콘텐츠기획의 방법으로 센텐스문화콘텐츠기획모형을 구상한다. 필자의 센텐스 개념은 삶의 질서 속에서 접근된다.

#### 1. 센텐스문화콘텐츠기획의 기본원리

센텐스문화콘텐츠기획방법은 기호학적 관점에서 센텐스를 구성하는 것과 같은 원리 속에서 의미를 기획하는 방식이다. 이 때 센텐스는 하나의 문장만을 의미하는 것이 아니라 그 속에 단어의 배열과 배치를 통한 한 덩어리의 완결된 사상과 감정을 나타내는 글을 일컫는다(이희승, 국어사전). 이와 같이 센텐스는 의미를 생성하고 그것을 배열·배치하여 무엇을 드러내게 하는 방식이다. 아무리 정제된 단어를 고른다 하여도 이를 문법적으로 올바르게 배열·배치하지 못할 경우 그 의미를 가장 잘 드러나게 할 수 없다. 이와 같이 문화적 가치도 소중하나 이를 다시 정제시키는 문화적 부가가치 설정과정과 이를 배열·배치시켜 최종적으로 의미를 드러나게 하는 방법이 전체적으로 일관되거나 체계적으로 작용하지 않을 경우 문화적인 의미는 상품을 통해 드러날 수 없다. 필자는 이러한 원리를 문화기획과정에 원용하여 ‘센텐스문화콘텐츠기획모형(Cultural Sentence Contents Planning: C-S-C-P Model)’을 구성하였다(김천영, 2002: 248). 이는 문화기획을 기표-기의관계 속에서 기의를 구성하고 그것을 가장 잘 표현해 줄 수 있는 기표를 선택하여 ‘기표조화의 원칙’ 또는 ‘기표부조화의 원칙’에 의거하여 배열·배치하는 방식이다. 기의의 구성은 ‘대구적 접근방식’(binary opposition) 혹은 ‘짝패할

용방식'에 의한다. 짝패활용의 원리는 음식과 주거 등의 문화기획에 있어 색깔, 빛, 냄새, 크기 등의 '짝패요소'(binary element)를 개발하고, 짝패의 재배열·재배치를 통하여 '짝패조합'(binary combination)을 개발하는데 있다.

문화콘텐츠기획은 문화적 의미기획과정으로서 크게 문화기의기획과 문화기표기획으로 구성된다. 문화기의기획은 그 속에 의미의 생성, 의미의 가공, 의미의 생산기획을 포함한다. 의미의 생성기획은 의미의 원천인 의미소에서 의미를 개발하는 기획으로, 의미의 가공기획은 생성된 의미를 정제하는 기획으로, 의미의 생산기획은 의미를 완성하여 상품화나 가치화 하는 기획으로, 3가지의 세부기획과정은 하나 속에서 유기적으로 상호작용하는 것으로 파악한다. 이를 컨셉(개념)기획, 이미지기획 또는 상징기획으로 인식한다. 한편 문화기표기획은 문화기의기획의 컨셉(개념), 이미지 또는 상징적 의미를 발현시키는 것으로 크게는 내용기표기획, 공간기표기획, 지원기표기획으로 구성된다.

## 2. 센텐스문화콘텐츠기획의 일반모형

이상의 기본원리를 바탕으로 하여 센텐스문화콘텐츠기획을 일반화할 수 있는 모형을 구상하면 컨셉기획모형, 기표개발·선택기획모형, 기표배열·배치기획모형으로 압축할 수 있다. 이 3가지의 기획과정을 센텐스를 구성하는 핵심요소로 파악하며, 3가지의 개별적인 모형의 유기적인 연계를 통하여 센텐스문화콘텐츠기획을 완성하는 것으로 인식한다. 이 모형은 문화콘텐츠를 분석하는 '분석적 접근'과 기획을 하는 '처방적 접근'의 통합모형의 성격을 갖는다.

### 1) 컨셉기획모형(Concept Planning Model: CPM)

컨셉기획모형은 센텐스구성의 관점에서 전달하고자 하는 의미를 생성·가공·생산하는 기획방법을 말한다. 이 모형에서는 컨셉의 의미를 한 문장의 의미를 구성하는 형식으로 기획한다. 의미의 구성은 차이와 관계에 의해 이루어진다. 그러므로 차이의 내용과 관계의 방식이 중요하다. 그것의 절차를 보면 첫째, 전달하고자 하는 의미의 차이를 분석하고 기획한다. 기존의 의미와 별반 차이가 없을 경우 새로운 의미가 드러나지 못한다. 이를 위하여 앞서 기본원리에서 제시한 대구적 접근

방법 혹은 짝패활용방식을 적용한다. 대구적 방법의 적용은 특히 '개체적 차이(individual difference)'가 아니라 '관계적 차이(relational difference)'에 기초하여 접근한다. 이 과정은 컨셉기획의 기본적인 조건으로서 특이성을 반영하는 단계이다. 특이성은 '형식의 특이성'과 '내용의 특이성'으로 구분할 수 있다. 의미생성에 있어 특이성의 조건을 충족시켜주기 위해서는 형식의 특이성이 아니라 내용의 특이성이 중요하다. 형식의 특이성은 외부형상이나 물질적인 측면이 강조되는 반면, 내용의 특이성은 정신적인 교감을 하며 학습효과를 줄 수 있는 수준까지를 포함한다. 단순히 형식적인 의미에 그치는 것이 아니라 정신적인 의미를 불러일으키게 한다. 의미 속에 새로운 사유와 사고를 갖게 한다. 내용의 특이성은 사유하는 문화의 영역에 속한다. 내용의 특이성을 가져오기 위해서는 차이를 만들어내야 하나 단순한 차이로는 내용의 특이성 조건을 충족시켜주지 못한다. 특이성은 일반적인 차이로는 발현되지 않는다. 그 조건은 차이의 차이인 '메타차이'를 만들어낼 수 있어야 한다. 즉 '그 안에서의 차이'가 아니라 '그 밖에서의 차이'를 가공한다. 전자를 '과정변화적 차이'로, 후자를 '내용변화적 차이'로 인식한다.

둘째, 전달하고자 하는 의미의 관계를 분석하고 기획한다. 의미의 관계는 '1:1대응관계'와 '탈1:1대응관계' 속에서 설정된다. '1:1대응관계방식'은 주체와 대상과의 고정된 관계 속에서 의미를 생성·가공하는 방식이다. 이를테면 문학소녀라는 의미를 발현시키기 위하여 기존의 문학소녀가 갖는 기의를 반영하는 범위 내에서 관계를 맺는다. 이 때 문학소녀는 차이의 내용에 따라 고정된 의미 속에서 변형된 모습으로 드러난다. 차이의 내용이 변하더라도 고정된 의미를 벗어나는 것은 아니다. 일반적인 의미생성의 방법은 바로 이러한 1:1대응관계 속에서 이루어진다. 1:1대응관계는 이성에 바탕을 둔 의미생성방식이다. 의미의 변화는 이성의 발전과정을 표현하는 것으로 완성되지 못한 이성의 원본을 1:1대응관계를 통하여 완성시켜 가는 과정으로 파악한다. 한편 '탈1:1대응관계방식'은 주체와 대상과의 고정된 관계를 탈피하여 의미를 생성·가공하는 방식이다. 이를테면 문학소녀라는 의미를 발현시키기 위하여 기존의 문학소녀가 갖는 기의를 해체시켜 관계를 맺는다. 이 때 문학소녀는 고정된 의미를 갖지 않고 새로운 의미로 드러난다. 관계의 대응방식은 의미의 성격에 따라 '진지하고

무거운, 중심이 있는 의미'를 전달하고자 할 경우에는 1:1대응관계방식을, '자유롭고 가벼운, 중심이 없는 의미'를 전달하고자 할 경우에는 탈1:1대응관계방식을 활용한다.

셋째, 차이와 관계에 의하여 의미를 분석하고 기획한다. 이 단계에서는 차이와 관계에 의해 분석·기획된 의미를 토대로 하여 최종적인 컨셉의 의미를 설정한다. 의미의 형태를 표상적 의미와 구조적 의미로 구분하여 설정한다. 표상적 의미는 실제적 관계에 의한 의미로, 구조적 의미는 상징적 관계에 의한 의미로 파악하며, 컨셉의 의미를 계층화 하여 한 문장내의 프라임컨셉과 세컨컨셉 1, 세컨컨셉 2 등의 형태로 나타낸다. 이 때 프라임 컨셉은 한 문장의 핵심컨셉으로서 구조적 의미로, 세컨컨셉은 구조적 의미에 이르기 위한 가교역할을 하는 보조컨셉으로서 표상적 의미로 인식한다.

## 2) 기표개발·선택기획모형(Signifier Development & Choice Planning Model: SDCPM)

기표개발·선택기획모형은 센텐스구성의 관점에서 설정된 컨셉의 의미를 가장 잘 표현해줄 수 있는 기표를 개발하고 선택하는 기획방법을 말한다. 이 모형에서는 기표의 개발과 선택을 한 문장의 의미를 구성하는 요소를 개발하고 선택하는 형식으로 기획한다. 그것의 절차는 컨셉의 의미를 표현할 수 있는 가능한 기표를 개발하고 선택하는 과정으로 이루어진다. 기표의 종류는 기본원리에서 제시한 내용기표, 공간기표, 지원기표의 3종으로 하여 각 기표별로 가능한 기표를 개발하여 '기표군'을 만든다. 기표는 컨셉을 기준으로 하여 개발한다. 이를테면 선과 악의 기의를 컨셉의 의미로 설정할 경우 '선'과 '악'을 드러내게 할 수 있는 '내용기표군', '공간기표군', '지원기표군'을 개발하고 각 기표군별로 선택한다. 이를 위한 절차는 내용기표기획, 공간기표기획 및 지원기표기획에 의한다.

첫째, 내용기표기획은 컨셉의 의미를 드러내는 핵심 코드의 역할을 수행한다. 내용기표는 컨셉의 의미에 가장 빨리 도달하게 하는 '지시적 코드의 기능'을 갖는다. 즉 '기표를 통하여 기의를 가장 잘 드러내게 하는 사물의 개발 및 선택을 하는 기획'을 말한다. 이를테면 문학소녀라는 기의를 표상적으로 드러내어 기의에 이르게 하는 가교의 역할을 하는 것으로, 문학소녀의 내용기표로는 단정한 옷차림, 단아한 신발, 일반 잡지가 아닌 문

학책, 물들이지 않은 순수한 손톱 등을 꼽을 수 있으며 이를 개발하여 선택하는 기획이다. 내용기표의 중요요소로는 내용의 적합성, 내용의 전문성, 내용의 의미전달성을 들 수 있다. 이 때 내용의 적합성은 프로그램이 기의를 표현할 수 있는 프로그램의 수, 규모를 포괄하는 프로그램의 성격을, 내용의 전문성은 프로그램이 기의를 표현할 수 있는 프로그램의 차이를 바탕으로 하는 의미가공수준을, 내용의 의미전달성은 프로그램이 기의를 표현할 수 있는 의미의 발신자와 수신자간의 내용의 의미 전달도를 말한다. 의미의 발신자가 의미를 잘 각인하는 엔코딩(encoding)이 중요하나 수신자가 그 의미를 잘 해독할 수 있는 디코딩(decoding)도 중요하다. 결과적으로 내용기표기획은 엔코딩 그 자체에만 관심을 보여서 될 일이 아니라 디코딩과의 관계에서 접근해야 한다. 엔코딩은 잘 되어도 디코딩과의 관계에서 약한 의미전달성을 가져올 수 있기 때문이다. 의미전달의 강도를 크게 할 수 있는 디코딩의 관계 속에서 엔코딩을 하는 것이 무엇보다 중요하다.

둘째, 공간기표기획은 내용기표를 담는 그릇을 만드는 것으로 '기표를 통하여 기의를 가장 잘 드러내게 하는 공간의 개발 및 선택을 하는 기획'을 말한다. 이를테면 문학소녀라는 기의를 가장 잘 드러내게 할 수 있는 공간적인 상황을 설정하는 것으로, 공간기표는 내용기표의 배경기표나 상황기표의 성격을 가지며 '배경적·상황적 코드의 기능'을 수행한다. 문학소녀의 공간기표로는 시장이 아닌 문예창작발표회장 등을 들 수 있다. 공간기표의 중요한 요소로는 공간의 적합성, 공간의 전문성, 공간의 의미전달성을 들 수 있다. 이 때 공간의 적합성은 공간이 기의를 표현할 수 있는 공간의 위치, 규모, 역사성을 포괄하는 공간의 성격을, 공간의 전문성은 공간이 기의를 표현할 수 있는 공간의 차이를 바탕으로 하는 공간가공수준을, 공간의 의미전달성은 공간이 기의를 표현할 수 있는 의미의 발신자와 수신자간의 공간의 의미 전달도를 말한다.

공간기표의 세부요소는 공간의 이미지 형성과 직접적인 관련을 맺는다. 공간적 이미지는 내용기표를 담아내는 중요한 그릇의 역할을 한다. 그러므로 공간의 성격은 '실체로서의 공간'을 넘어서 '상징으로서의 공간'을 뜻한다. 공간의 물질성을 넘어 공간의 정신성이 강조되며 공간이 갖는 배경과 상황, 상징성을 함축한다. 이는 보이는 공간을 넘어 보이지 않는 공간을 대상으로 한

다. 이러한 점에서 분위기 자체가 하나의 공간으로 파악된다. 이를테면 문학소녀의 손톱 그 자체는 내용기표로, 손톱이 주는 분위기나 이미지는 공간으로 인식한다. 이러한 형태의 공간은 ‘물리적·실체적 의미의 공간’을 넘어 ‘정신적·상징적 의미의 공간’으로서 이미지 공간의 성격을 갖는다.

셋째, 지원기표기획은 ‘내용기표와 공간기표를 가장 잘 연계시키는 지원요소의 개발 및 선택을 하는 기획’을 말한다. 이러한 점에서 지원기표는 내용기표와 공간기표의 간극·틈새를 메워주는 ‘조정적·형성적 코드의 기능’을 수행한다. 지원요소로는 시간적 요소, 법·제도적 요소, 기술적 요소, 재정적 요소, 관리적 요소, 물리적 요소를 들 수 있다. 이를테면 문학소녀가 문예발표회장에 있더라도 어떤 시간대에 있는 것과 제도적 지원의 형태와 내용, 조명의 수준 및 마이크시설의 유무, 재정지원의 형태, 운영주체나 기관의 유형 및 관리전문성 정도, 책상의 질감 등에 따라 전달하고자 하는 기의의 강도가 달라지며 의미의 내용이 변한다.

### 3) 기표배열·배치기획모형(Signifier Arrangement Planning Model: SAPM)

기표배열·배치기획모형은 선편스구성의 관점에서 선택된 기표를 컨셉의 의미를 가장 잘 표현해줄 수 있도록 배열하고 배치하는 기획방법을 말한다. 이 모형에서는 기표의 배열과 배치를 한 문장의 의미가 가장 잘 드러날 수 있도록 선택된 단어를 배열하고 배치하는 형식으로 기획한다. 그것의 절차는 선택된 내용기표, 공간기표 및 지원기표를 ‘기표조화의 원칙’ 또는 ‘기표부조화의 원칙’에 의거하여 배열하고 배치하는 과정으로 이루어진다. 기표조화의 원칙은 하나의 문장 속에 동질적인 단어를 배열·배치하는 것을 말하며, 기표부조화의 원칙은 하나의 문장 속에 이질적인 단어를 배열·배치하는 것을 의미한다. 기표부조화의 원칙에 의거하여 배열·배치한다 하여도 한 문장 속에서 새로운 조화를 가져올 경우에는 이를 기표조화의 원칙에 포함시킬 수 있다.

기표조화의 원칙은 일반적으로 1:1대응관계의 중심이 있는 의미를 드러나게 하는 기표배열·배치방식으로, 기표부조화의 원칙은 포스트모더니즘의 탈1:1대응관계의 중심이 없는 의미를 드러나게 하는 기표배열·배치방식에 활용될 수 있다. 기표부조화의 원칙은 최근 키치(Kitsch)광고 등에서 찾아 볼 수 있다. 키치문화의

의미생성방식은 이러한 기표부조화의 원칙에 의거하여 표상적 의미를 조각나게 하나, 그 근처에 작용하는 새로운 형태의 구조적 의미의 메시지를 전달하려는 실험적인 측면이 있다. 기표부조화의 원칙은 기표의 배열·배치에만 활용되는 것이 아니라 나아가 기표를 개발하고 선택하는 단계에도 적용이 가능하다.

그러나 일반적으로는 기표조화의 원칙에 의거하여 선택된 내용기표, 공간기표 및 지원기표를 배열·배치한다. 예를 들어 ‘사랑’의 의미를 전달하기 위해 선택된 기표로 ‘나는’, ‘너를’, ‘사랑한다’가 있을 경우 이를 배열·배치에 있어서의 기표조화의 원칙에 적용하면, 문장을 구성하는 문법체계에 맞추어 ‘나는 너를 사랑한다’로 배열·배치시킨다. 배열·배치상의 기표부조화의 원칙에 의거하면 ‘너를 나는 사랑한다’, ‘너를 사랑한다 나는’, ‘나는 사랑한다 너를’, ‘사랑한다 나는 너를’, ‘사랑한다 너를 나는’과 같은 5가지의 배열조합이 구성된다.

보다 구체적으로는 내용기표, 공간기표 및 지원기표 별로 음식, 의복, 시설 등을 코드로 세분하여 이를 기표를 기준으로 하여 의미를 가장 잘 전달할 수 있도록 기표조화의 원칙에 의거하여 배열·배치한다. 이러한 ‘코드배열·배치방식’은 아주 미세한 영역에까지 선편스문화콘텐츠기획모형을 체계적으로 적용할 수 있게 한다. 이렇게 볼 때 기의의 성격 즉, 컨셉의 의미에 따라 기표조화의 원칙 또는 기표부조화의 원칙을 선택하여 사용할 수 있음을 알 수 있다. 이 예의 경우에는 ‘나는 너를 사랑한다’의 배열·배치가 가장 ‘사랑’의 컨셉을 잘 전달할 수 있는 안정적인 의미구조이다. 따라서 기표의 배열·배치에서 고려해야 할 중요한 한 가지는 의미의 기획자(meaning planner) 혹은 의미의 발신자(addresser)가 의미의 주된 수신자(addressee) 혹은 관객(audience)의 연령, 계층, 신분 등을 충분히 인식해야 한다는 점이다. 여기에 따라 배열·배치의 방식을 결정한다. 동일한 의미라도 의미 수신자의 사회적 배경이나 시대적 상황에 따라 다르게 전달되기 때문이다. 의미는 고정되어 있는 것이 아니라 수신자와의 관계에서 변화한다. 발신자와 수신자의 관계는 기표의 배열·배치뿐만 아니라 기획의 전 과정에 작용한다.



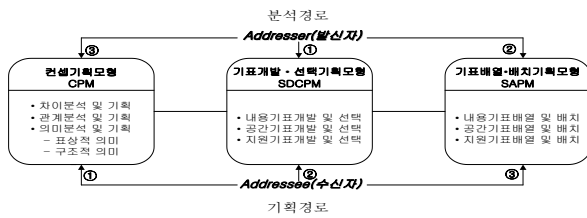


그림 4. 센텐스문화콘텐츠기획 일반모형  
Figure 4. The general model of cultural sentence contents planning

이상에서와 같이 센텐스문화콘텐츠기획모형은 수신자와 발신자의 관계 속에서 3가지 모형의 결합을 통하여 한 문장의 의미와 단어를 배열하는 방식에 기초하여 접근한다. 그것의 적용은 분석경로와 기획경로에 의한다. 콘텐츠분석을 위한 모형의 적용은 기의를 파악하기 어려우므로 우선 기표의 개발과 선택과정을 분석하고, 기표의 배열·배치과정을 분석하여 컨셉이 지니고 있는 의미를 분석한다. 이에 비해 콘텐츠기획을 위한 모형의 적용은 먼저 컨셉을 기획하여 의미를 도출하고 이를 가장 잘 드러낼 수 있는 기표를 개발·선택하고, 선택된 기표를 컨셉의 의미를 기준으로 가장 잘 드러낼 수 있도록 배열·배치하는 과정으로 이루어진다.

이상의 논의를 정리하여 센텐스문화콘텐츠기획의 일반모형을 제시하면 그림 4와 같다. 이 모형은 콘텐츠의 분석과 기획에 동시에 활용할 수 있고, 기의와 기표를 통합하여 체계적으로 분석하고 기획할 수 있을뿐더러 일반모형의 성격을 지니고 있어 다양한 형태의 문화콘텐츠 분석과 기획에 적용이 가능하다.

#### IV. 결론

문화가 점차 강조됨에 따라 문화에 대한 지식의 필요성이 배증되고 있다. 문화는 이제 단순히 그것을 탐방하고 이해하는 것에 그치는 것이 아니라 문화를 생활과 산업 속에서 실천하며 새로운 의미를 관리해 가는 방향으로 발전해 간다. 문화의 이러한 흐름은 문화를 활용하는 쪽으로 문화인식의 패러다임이 전환되어야 함을 보여준다. 문화를 활용한다는 것은 문화의 의미와 가치를 활용하는 것으로 이는 곧 문화콘텐츠기획역량을 제고하는 것으로 귀결된다.

본 연구는 이러한 문제의식을 가지고 국가문화와 지방문화의 문화적 가치와 문화적 부가가치의 제고를 위

한 문화콘텐츠기획모형을 탐구하였다. 이를 위하여 콘텐츠, 문화콘텐츠, 문화콘텐츠기획의 개념적 접근틀을 의미생성의 경로를 통하여 시도하였다. 콘텐츠의 개념은 필자의 관계의 관점에 바탕을 두고 기호학적 입장의 의미론적 접근의 변용 속에서 정의하였다. 이러한 개념에 기반을 두고 한 문장 속에서의 단어의 개발과 선택 및 배열·배치에 착안하여 센텐스문화콘텐츠기획의 일반모형을 구상하였다. 이 모형은 다양한 형태의 문화콘텐츠기획에 적용시키기 위한 일반모형의 성격을 지니는 것으로 분석과 기획을 동시에 할 수 있는 경로를 설정하였다. 이러한 개념틀을 바탕으로 하여 의미의 생성과정을 의미발신자와 의미수신자간의 상호작용에서 비롯되는 것으로 파악하고, 기의와 기표의 관계를 중심으로 컨셉기획모형, 기표개발·선택기획모형, 기표배열·배치기획모형이라는 3가지의 문화콘텐츠기획모형을 제시하였다.

지방축제를 포함한 지방문화가 갖고 있는 한계는 콘텐츠가 체계적이고 전문적이지 못하다는 사실이다. 콘텐츠가 미약한 것은 문화콘텐츠기획역량이 부족한 것에 기인한다. 따라서 지방문화의 문화콘텐츠기획역량을 제고시키는 것이 지방축제를 포함한 지방문화의 활성화를 위한 소임이다. 이는 국가문화에도 동일한 적용이 가능하다. 향후 국가나 지방정부는 다양한 형태의 문화콘텐츠를 기획함에 있어 체계적이고 전문적으로 접근해야 그것의 문화적 가치와 문화적 부가가치를 제고할 수 있음을 유념해야 한다.

본 연구는 크게는 ‘삶의 질서로서의 문화’의 개념에 기초하여 접근하는 만큼 모든 삶의 방식에 적용가능성을 갖는다. 문화콘텐츠는 삶의 질서를 구성하는 기본적인 작동메커니즘이기 때문이다. 삶의 형식과 내용 속에서 삶의 질서를 구성하는 기본단위로서의 문화콘텐츠의 개념적 인식과 그것의 활용은 문화콘텐츠의 기획역량을 제고시켜주는 동시에 진정한 삶의 존재방식인 웰빙의 실천적 기제로서의 의미를 제공할 것이다.

#### References

[1] Murphie, Andrew and John Potts. Culture and Technology. Palgrave: Macmillan, 2003.  
[2] Wierzbicka, Anna. Understanding Cultures Through Their Key Words. New York: Oxford University Press, 1997.

- [3] Williams, Raymond. *Keywords*. London: Fontana, 1983.
- [4] Anderson, Kay et al. *Handbook of Cultural Geography*. London: Routledge, 2003.
- [5] Alexander, J.C. and Seidman, S.(eds). *Culture and Society: Contemporary Debates*. Cambridge University Press, 1990.
- [6] In-kwa Park. "A Study on the Structure of Rated Sijo Which is the Korean Poetry of a Fixed Form." *The Journal of the Convergence on Culture Technology(JCCT)* Vol.3 No.3. pp.7-19, 2017.
- [7] Kyung-Seop Kim, Jeong-Lae Kim "The Significance of Korean Proverb and Riddle in the Sense of Bias." *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)* Vol.3 No.4. pp.35-42, 2017.
- [8] Adorno, Theodor. *The Culture Industry*. London: Routledge, 1991.
- [9] Bennett, Tony. *Popular Culture: Themes and Issues*. Milton Keynes: Open University Press, 1981.
- [10] Bell, David. *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge, 2001.
- [11] Best, Steven & Kellner, Douglas. *Postmodern Theory, Critical Investigations*. London: Macmillan, 1991.
- [12] Fog, Agne. *Cultural Selection*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1999.
- [13] Harvey, D. *The Condition of Postmodernism*. Cambridge: Basil Blackwell, 1989.
- [14] Jameson, Fredric. "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism." *New Left Review*,146, 1984.
- [15] Kendall, Gavin and Gary Wickham. *Understanding Culture: cultural studies, order, ordering*. London: Sage Publications, 2001.
- [16] Matsumoto, David. *The Handbook of Culture and Psychology*. London: Routledge, 2001.
- [17] Middleton, Richard. *Studying Popular Music*. Milton Keynes: Open University Press, 1990.
- [18] Milner, Andrew. *Contemporary Cultural theory: An Introduction*. London: ULC, 1994.
- [19] Mort, Frank. *Cultures of Consumption*. London: Routledg, 1996.
- [20] Cheon-Young Kim. "Searching Managerial Approach in Cultural Studies." *Korean Local Government Review* Vol.14 No.1 Spring. pp.227-255, 2002.
- [21] Cheon-Young Kim. "Searching National-Local Cultural Relations." *Korean Local Government Review* Vol.16 No.1 Spring. pp.113-140, 2004.
- [22] Lacey, Nick. *Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies*. New York: Palgrave, 2000.
- [23] Rabate, Jean-Michel. *Jacques Lacan*. New York: Palgrave, 2001.
- [24] Thomas, Julia ed. *Reading Images*. New York: Palgrave, 2000.
- [25] Thwaites, Tony et. als. *Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach*. New York: Palgrave, 2002.
- [26] Lacey, Nick. *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*. New York: Palgrave, 1998.