

커뮤니케이션에 대한 기독교적 이해 1

金 南 植

(서대문교회 목사·선교신학)

서 론

(1) 커뮤니케이션의 학문적 가능성과 용어(用語) 문제

커뮤니케이션에 관한 논의가 최근에 와서 매우 활발하게 진행되고 있으며, 이것의 적용 영역도 넓어지고 있다. 학문으로서의 커뮤니케이션에 대한 인식과 더불어 커뮤니케이션학(學)의 연구가 괄목할 만한 성과를 거두고 있으며 기독교 안에서도 「기독교 커뮤니케이션학(學)」이 하나의 독립적 영역으로 정착되어가고 있다.

오늘의 세계에서 그리스도를 전파하려는 기독교인의 과제는 전파자(Communicator)와 그 청중 사이에 커뮤니케이션의 교량을 건설하는 데 신중하고도 지적(知的)인 노력이 있어야 한다.” 이것은 「기독교 커뮤니케이션학」의 발달을 촉진시키는 역할을 하며, 이론신학(理論神學)과 실천신학(實踐

1) Jay E. Adams는 그의 소책자 *Communicating with 20th Century Man*(Phillipsburg, New Jersey : Presbyterian and Reformed Publishing Co., 1979)에서 현대 사회에서의 커뮤니케이션의 필요성을 강조하면서, '그리스도의 죽으심과 부활'이라는 복음의 핵심을 바탕으로 한 커뮤니케이션을 그리스도인의 케리그마(Kerygma) 측면에서 연구되고 논의되어야 한다고 했다.

神學)의 교차점적 역할을 감당하게 한다.²⁾

신학과 커뮤니케이션학의 상호 연관에 관한 연구들이 시도되고 있는데 특히 로버트 E. 웨버(Robert E. Webber)는 커뮤니케이션 신학의 정립을 시도하였다. 그는 기독교 커뮤니케이션의 신학적 정립(神學的定立)을 도모하는 방안으로 성경 속에서 말씀하시는 하나님의 음성을 강조하였고, 복음 전달의 기초가 되어야 할 커뮤니케이션의 본질이 단순한 지성적 차원(知性的次元)보다 하나님의 말씀이어야 함을 분명히 하고 있다.³⁾

기독교 커뮤니케이션학 분야에서 괄목할 만한 다른 연구서는 제임스 F. 앵겔(James F. Engel)의 저서, *Contemporary Christian Communications : Its Theory and Practice*이다.⁴⁾ 앵겔이 주도하는 휘튼(Wheaton) 대학의 커뮤니케이션학과와의 일련의 연구들을 통하여 기독교 커뮤니케이션학의 이론 정립이 구체화되고 신학과와의 접목 작업(接木作業)에 중요한 역할을 감당하였다.

기독교 커뮤니케이션은 새롭게 개척되는 학문의 영역이기에 그 명칭도 학자들에 따라서 다양하게 나타나고 있다. 벤자민 F. 잭슨(Benjamin F. Jackson)은 「교회 커뮤니케이션(Church Communication)」이라고 하였고, 이 용어를 「가톨릭 커뮤니케이션(Catholic Communication)」이란 용어와 교대로 사용하였다.⁵⁾ 유진 A. 니다(Eugene A. Nida)는 「기독교 신앙의 커뮤니케이션(The Communication of the Christian Communication)」이라 하였고,⁶⁾ 에모리

- 2) 기독교 커뮤니케이션의 학문적 가능성을 '신학'과 '커뮤니케이션학'이 어떻게 상호 작용하느냐에 달렸다. 이것을 '기독교'와 '커뮤니케이션'이라는 두 영역이 조화를 이루어야 하고, '기독교의 커뮤니케이션적 현상'에 대하여 커뮤니케이션학적 분석과 검토가 있어야 한다. Charles H. Kraft는 '커뮤니케이션을 위한 하나님의 모델(God's model for communication)'을 제시하면서 성경을 우리의 메시지(message)요, 방법(method)으로 지적하였다. cf. Charles H. Kraft, *Communicating The Gospel God's Way* (Pasadena, Ca. : William Chrey Library, 1983). p. 3.
- 3) Robert E. Webber, *God Still Speaks : A Biblical View of Christian Communication* (Nashville : Thomas Nelson Inc., Publishers, 1980)을 참조하라. 그는 이 책에서 "커뮤니케이션 신학을 추상적 개념이 아니라 행동(action)이다. 그것은 행동하시는 하나님, 즉 자기 자신을 알리시는 하나님, 인간사(人間事)에 말려드는 모험을 불사하시는 하나님에 그 근거를 두고 있다"고 지적하였다(cf. ch. 12). 웨버는 커뮤니케이션을 신 중심적(神中心的) 기초에서 보는 것이 매우 중요하다고 강조하고 있다.
- 4) (Nashville : Thomas Nelson Publishers, 1979). 그는 이 책에서 커뮤니케이션학의 이론 정립과 그 적용을 강조하고 있는데, 커뮤니케이션을 통한 신앙의 결단, 영적 변화와 성장 등에 초점을 맞추고 있다.
- 5) Benjamin F. Jackson, Jr., ed., *Communication : Learning for Churchmen*(Nashuille: Abingdon Press, 1968), p. 87.
- 6) Eugene A. Nida, *Message and Mission*(New York : Harper & Brothers, 1960), p. 1.

A. 그리핀(Emory A. Griffin)은 「크리스찬 설득의 기술(The Art of Christian Persuasion)」이라고 하였다.⁷⁾ 헨드릭 크래머(Hendrik Kraemer)는 그의 책 *The Communication of Christian Faith*⁸⁾에서 「기독교 신앙의 커뮤니케이션」이라고 하였다.

이와 같은 다양한 명칭들이 이제 하나로 정리되어 집약할 때가 되었다. 필자의 생각으로는 웨버(Webber)나 엔겔(Engel)이 말한 「기독교 커뮤니케이션(Christian Communication)」이라고 하는 것이 보다 포괄적이고, 핵심을 바로 전달하는 단어라고 본다.⁹⁾ 필자는 본 논문에서와 필자의 다른 저서에서는 「기독교 커뮤니케이션」으로 통일하여 사용함으로써 개념의 정착화를 도모하려고 한다.

(2) 기독교 커뮤니케이션 연구사(研究史)

기독교 커뮤니케이션의 역사적 발달을 연구하는 것은 쉬운 일이 아니다. 왜냐하면, 기독교 커뮤니케이션이라는 용어 자체가 최근에 와서 정립되었기 때문이다. 그러나 커뮤니케이션학의 용어나 신학적 용어와 그 방법론을 사용하지 않았다고 할지라도 기독교 커뮤니케이션적 연구는 매우 오래 되었다. 신약의 바울 서신을 통하여 사도 바울의 사역이 커뮤니케이션적 입장에서 확산되어졌음을 알 수 있다.

“내가 모든 사람에게 자유하였으나 스스로 모든 사람에게 종이 된 것은 더 많은 사람을 얻고자 함이라 율법 아래 있는 자들에게는 내가 율법 아래 있지 아니하나 율법 아래 있는 자 같이 된 것은 율법 아래 있는 자들을 얻고자 함이요 율법 없는 자에게는 내가 하나님께는 율법 없는 자가 아니요 도리어 그리스도의 율법 아래 있는 자나 율법 없는 자와 같이 된 것은 율법 없는 자들을 얻고자 함이라.”(고전 9:19-21).

위의 구절에서 바울은 타문화권(他文化圈)에 있는 다른 민족에게 복음을 전하여 설득하려 할 때 전도자(커뮤니케이터)의 문화로 말미암은 충격을

7) Emory A. Griffin, *The Mind Changers*(wheaton, Iee : Tyndale, 1976), p. 1.

8) Hendrik Kraemer, *The Communication of Christian Faith*. 임춘갑 역(서울 : 종로서적, 1981), p. 79.

9) Webber의 책을 번역한 정장복은 (그리스도교 커뮤니케이션이라고 했다. cf. 로버트 E. 웨버, 그리스도교 커뮤니케이션. 정장복 역(서울 : 대한 기독교 출판사, 1985).

감소시키기 위한 연구의 결과이다.¹⁰⁾ 또 바울은 커뮤니케이터의 공신력(公信力, Credibility)이 설득에 영향을 미치는 점을 항상 고려하여 자신의 사도성(使徒性)을 강조하였다.¹¹⁾

기독교 커뮤니케이션의 이론을 정립하고, 이것을 교회에 적용한 사람은 어거스틴(Augustinus)이다. 그는 이교 문화(異敎文化, Pagan Culture)에 젖어 있는 로마인들에게 복음을 전하며, 이교 문화의 바탕인 그리스 철학 대신에 하나님의 말씀으로 대중을 교육시키기 위하여 커뮤니케이션 활동을 구체화하였다.

어거스틴은 기독교 커뮤니케이션 활동으로 첫째, 이단에 대항하여 교회의 교리를 옹호할 수 있는 변증가(辨證家, apologist)의 양성, 둘째, 문학을 통하여 하나님의 말씀을 전파할 수 있는 시인(詩人, poet)의 양성, 셋째, 대중 자체의 교육을 시도하였다. 그는 이러한 목적을 달성하기 위하여 기독교 커뮤니케이션의 최초의 이론서라고 할 수 있는 *De Doctrina Christiana*를 집필하였다.¹²⁾

그가 이러한 저서를 저술하게 된 것은 이교 문화(異敎文化)의 확산이라는

-
- 10) 타문화권 커뮤니케이션에 대한 연구는 근래에 와서 활기를 띠고 있다. 특히 David J. Hesselgrave, *Communicating Christ Cross-Culturally*(Grand Rapids : Zondervan Publishing House, 1979)와 Marvin K. Meyers, *Christianity Confronts Culture : A Strategy for Crosscultural Evangelism*(Grand Rapids : Zondervan Publishing House, 1979)와 Marvin K. Meyers, *Christianity Confronts Culture : A Strategy for Crosscultural Evangelism*(Grand Rapids : Zondervan Publishing House, 1987)은 이 분야의 괄목할 만한 연구이다. 그러나 타문화권 커뮤니케이션의 시도는 위대한 전도자 바울에 의하여 전개되었다.
- 11) 바울 서신 서두의 특성 중 하나이다. 예를 들면 “하나님의 뜻을 따라 그리스도 예수의 사도로 부르심을 입은 바울과 형제 소스테네는”(고전 1:1)라는 표현에서 바울은 복음을 전파하는 커뮤니케이터로서의 ‘공신력’을 강조하고 있다.
- 12) *De Doctrina Christiana*는 가톨릭 성직자들에게 널리 알려진 책으로서 1930년에 미국 가톨릭 대학교 교부 연구회(敎父研究會)에서 영역되어 출판되었다(cf. Aurelil Augustin : *De Doctrina Christiana liber quartus*, trans. Sister Therese Sullivan (Washington, D. C. : Catholic University Patristic Studies, 1930). 또 1958년에 다른 영역본이 나왔다(cf. D. W. Robertson, trans., *On Christian Doctrine*(New York : The Bobbs-Merrill, 1958). 이 책은 서언(prologue)까지 포함하여 모두 4권(books) 150장으로 되어 있는데 제1권~제3권을 397년에 쓰여진 것 같고, 제4권은 426년에 완성된 듯하다. 이 책의 내용을 크게 두 부분으로 되어 있는데 제1부적인 제1~3권은 성경을 어떻게 바로 이해할 수 있는지를 다루고, 제2부적인 제4권은 그 이해한 바를 다른 사람에게 어떻게 커뮤니케이터 하느냐라는 문제를 다룬다. 즉 제1부는 수사학(修辭學) 이론에서 말하는 메시지 고안(invention)에 관한 것이고, 제2부는 표현(expression)에 관한 것이다. 이 책의 가치에 대하여 역자인 Sullivan 수녀는 “복음 전파에 관한 최초의 이론서”라고 하였고(Aurelii

외적 동기와 함께, 성직자들이 선교 이전에 성경으로부터 진리를 발견할 줄 알아야 하며 이것을 대중들에게 효과적으로 전하는 방법을 알아야 한다는 내적 동기에서이다.

어거스틴은 이 책에서 그의 수사학 이론 체계(修辭學理論體系, rhetorical system)를 정립하였는데, 커뮤니케이션의 목적을 세 가지로 분류하고 있다. 즉 첫째는 교육(to teach)이며, 둘째는 즐거움을 주는 것(to delight), 셋째는 설득(to move 혹은 to persuade)이다. 그러나 이 세 가지는 서로 독립적인 것이 아니라 궁극적 목적인 설득에 이르는 수단적 목적이라고 하였다.¹³⁾

버나드 후페(Bernard Huppe)는 “문학에 대한 크리스찬 이론서”라 하였다 (Bernard Huppé, *Doctrine and Poetry : Augustines Influence on Old English Poetry*(New York : The Bobbs-Merrill, 1959), p. V).

어거스틴 이후의 시대에는 기독교 커뮤니케이션 활동이 별로 활기를 띠지 못하였으나, 종교 개혁 시대에는 로마 가톨릭 교회가 자신들의 교회와 교리를 보수하기 위해 노력하였다.¹⁴⁾ 그러나 20세기에 들어와서 기독교 커뮤니케이션

Augustini, *De Doctrina Christiana liber quartus, op. cit., vol. 23, p. 8.*), 버나드 후페(Bernard Huppé)는 “문학에 대한 크리스찬 이론서”라 하였다(Bernard Huppé, *Doctrine and Poetry : Augustine's Influence on Old English Poetry*(New York : The Bobbs-Merrill, 1959), p. Vo.

- 13) 어거스틴의 커뮤니케이션 이론에서는 ‘어떻게 말하느냐’ (how it is said)보다 ‘무엇을 말하느냐(what one says)’를 강조하고 있다. 그의 메시지 고안(invention)의 이론을 보면 성경의 올바른 해석을 타당한 의미의 조사 방법과 그것이 조사되었을 때 그 뜻을 이해하는 데 달려 있다고 하면서 성경의 뜻을 발견하기 위하여 사물(事物, things)과 기호(記號, sign)에 주목하여야 한다고 하였다. 여기서 기호란 언어(words)를 말하는데 이와 같은 사물과 기호에 관한 그의 이론을 현대 커뮤니케이션학에서 말하는 ‘의미론(意味論, semantics)’의 효시라고 할 수 있다. 어거스틴은 올바른 의미를 발견하기 위해서는 논리적 사고(論理的思考, logical reasoning)와 정의(定義, definition)를 주의 깊게 사용할 것을 강조하는데 그는 커뮤니케이션의 수단으로서 논리학의 활용을 요구하고 있다. 그의 이러한 이론 체계는 후에 ‘설교학(Homilectics)’이라는 학문 분야를 탄생시켰고, 오늘날 우리들이 논하고 있는 기독교 커뮤니케이션학도 여기서 나온 것이다.
- 14) 르네상스와 종교 개혁은 로마 가톨릭 교회로 하여금 그들의 교리 체계를 옹호하려는 반작용을 생성케 하였다. 효과적인 교리 옹호와 복음 전파를 위하여 교회 안의 커뮤니케이션 활동을 정비하였는데 1622년 6월 22일에 교황 그레고리 15세가 프로테스탄트 운동에 대항하기 위하여 「포교성성(布敎聖省, Sacra Congregatio de Propaganda)」이라는 기구를 만들었다. 오늘날 ‘선전’이라는 의미로 사용되고 있는 ‘propaganda’는 가톨릭 교회에서 처음 사용하였는데 라틴어 ‘prapagare’의 과거분사인 ‘propagatus’를 어원으로 하고 있다. 그 뜻은 ‘기존 개념에다 새로운 개념을 접합시킨다’는 것이다.

은 설교학 분야¹⁵⁾, 선교학 분야¹⁶⁾, 그리고 목회학 분야에¹⁷⁾ 활용되었고, 이것이 하나의 '종합 학문적' 성경을 띠게 되었다. 이러한 경향은 외부적 공격에 대한 변증적 요인에서라기보다 그리스도의 지상 명령을 보다 효과적으로 수행하려는 내적 동인(內的動因)의 결과라고 볼 수 있다.

1. 커뮤니케이션의 개념

'커뮤니케이션이란 무엇인가'라는 질문은 다양한 대답이 나오게 한다. 이것은 '인간이란 무엇인가'라는 질문만큼 난해하기 마련이다. 우주의 모든 것이 '태초에 말씀이 계시니라'(요 1:1)는 것에서 출발하기에 커뮤니케이션도 '말씀(λογος)'이라는 「하나님의 커뮤니케이션 행위」에서 시작된다.

커뮤니케이션이란 말의 어원(語源)은 '공통(共通)' 또는 '공유(共有)'라는 뜻을 가진 라틴어 '커뮤니스(*Communis*)'에서 유래되었다.¹⁸⁾ 커뮤니케이션이란 말을 문자적으로 해석하면 하나 또는 하나 이상의 유기체(有機體, *organism*)가 다른 유기체와 지식, 정보, 의견, 신념, 감정, 경험 등을 공유(共有) 또는 나누어 갖는 행위이다.

그러나 현대에 와서 커뮤니케이션이란 말은 매우 다양한 의미로 사용되고 있다. 웹스터 사전에는 커뮤니케이션을 '전달 행위', '전달된 사실이나 정보', '사상(thought)이나 의견의 상호 교환', '효과적 사상(ideas) 표현을 다루는 예술'이라고 하였다.¹⁹⁾ 커뮤니케이션 학자들에 따라서 다양한 정의를 하고

-
- 15) 설교학 분야에서는 존 A. 부로더스(John A. Broadus)나 상스터(W. E. Sanster) 등이 그들의 저서에 심층 심리학과 사회 심리학을 도입하여 메시지의 내용 연구와 이해, 논리 제시의 순서, 논증 방법 등 커뮤니케이션학적 시도를 하였다.
- 16) 선교학 분야에서는 맥가브란(Donald A. McGavran)을 중심한 '교회 성장학과'와 니다(Eugene A. Nida) 등의 연구가 괄목할 만하다.
- 17) 목회학 분야에서는 힐트너(Seward Hiltner)를 중심으로 하여 행동 과학(行動科學, *Behaviral Science*)을 도입한 실천신학 연구가 시도되었다. 그러나 이들의 연구가 기독교 커뮤니케이션학의 고유적인 연구라기보다 하나의 '적용'과 '시도'라고 볼 수 있다.
- 18) 커뮤니케이션의 라틴어 동사는 '*Communicare*'로서 '같이 이야기하다', '협의하다', '상담하다' 등의 의미를 가지고 있으며, '성찬(Lord's Supper)'과 '영성체(英聖體, *Communion*)'의 뜻도 있다(cf. William F. More, "Communication for Churchmen", B. F. Jackson, Jr.(ed.), *op. cit.*, p. 25). 또 이 말은 '지역 공동체(*Community*)', '친교(*Fellowship*)' 등을 의미하는 라틴어 *Communitis*와 밀접한 관계를 가지고 있는데, 이것은 커뮤니케이션이 사회의 공동 목표를 위한 것임을 보여 준다.
- 19) cf. *Webster's Third New International Dictionary*.

있다.²⁰⁾ 학자들의 여러 가지 개념들은 자신의 입장과 직결된다. 대표적인 학자들의 개념들을 정리하면 다음과 같다.

플라트(J. H. Platt)는 “커뮤니케이션을 가장 넓은 의미로는 생물체와 외계가 결합되어 있다는 기본적 사실을 가리키며, 학문적으로는 생물체가 상호간에 관계를 가지고 있다는 사실과 서로 이해할 수 있다는 사실, 내적인 사건이나 상태를 표현하고 다른 사람에게 의미와 내용을 전달하며, 어떤 특정 행동을 하도록 요구할 수 있다는 사실”이라고 정의했으며,²¹⁾ 콜리(C.H. Cooley)는 “커뮤니케이션이란 그것을 통하여 인간 관계(人間關係)가 성립되고 또 발달하는 메카니즘(mechanism)을 의미하는 것이며, 정신의 모든 상징 및 그것을 공간적으로 운반하고 시간적으로 보지(保持)하는 수단이다.”고 하였고,²²⁾ 슈람(W. Schramm)은 “자극을 전달하는 과정”²³⁾ 이라고 하였으며, 라이트(C.R. Wright)는 “개인과 개인 사이의 의미 전달의 과정”²⁴⁾으로, 말레츠크(Von G. Maletzke)는 “생물체 간의 의미 전달”²⁵⁾이라 하였고, 모어(W.F. More)는 “인간과 인간, 인간과 그의 환경, 환경과 환경 사이에서 공통적으로 이해된 관계를 수단으로 하여 어떤 것을 전달하는 과정”²⁶⁾이라고 각기 정의하였다.

커뮤니케이션에 대한 정의는 매우 다양하다. 어빙 로저(Irving Lorge)는 “커뮤니케이션이란 기호(記號, signals)의 송·수신, 메시지의 구성과 이해, 아이디어의 교환과 그에 따르는 즐거움의 상호 작용을 내포한다.”고 했다.²⁷⁾ 또 프랭클린 피어링(Franklin Fearing)은 “개인들이 심볼을 사용하여 경험과 아이디어를 나누어 갖는 역동적 과정(力動的過程, dynamic process)”이라고 하였다.²⁸⁾ 학자들의 관점에 따라서 다양한 개념들이 나오지만²⁹⁾ 이것들을

20) 어떤 사실에 대한 정의는 언어적 연관 관계(言語的連關關係)로 성립되기 때문에 순환 논리(巡環論理, Circular reasoning)에 지배되며 실체(實體)와 혼돈하는 경향이 있다. 그럼에도 불구하고 어떤 개념을 이해하기 위해서는 정의가 필요하다.

21) Ronald Applebaum, *Fundamental Concepts in Human Communication*(New York : Canfield Press, 1973), 부록.

22) *Ibid.*

23) 車培根, *커뮤니케이션學概論 上*(서울 : 世英社, 1976), p. 19. 재인용.

24) Ronald Applebaum, *op. cit.*

25) Von Gerhard Maletzke, *Psychologie der Massen Kommunikation* (Hamburg : Verlag Hans Bredow-Institute, 1963), 朴有鳳·金鎮洪 共譯, *커뮤니케이션 심리학*(서울 : 法文社, 1976).

26) Willam F. More, *op. cit.*, p. 28.

27) *Ibid.*

28) *Ibid.*

29) 커뮤니케이션에 대한 정의는 그 커뮤니케이션 과정에서 어느 측면에 비중을 두느냐

종합하면 “커뮤니케이션이란 유기체(有機體)들이 기호(記號, sign)를 통하여 서로 정보나 메시지를 전달하고 수신(受信)하여 서로 공통된 의미를 수립하고 나아가서 서로의 행동에 영향을 미치는 과정 및 행동이다.”

이와 같이 다양한 커뮤니케이션의 정의에도 불구하고 커뮤니케이션 현상의 공통적 특성은 커뮤니케이션이란 불완전하고 모호하여 왜곡(歪曲, distortion)과 잡음(noise)이 포함된다는 사실이다.³⁰⁾

2. 커뮤니케이션의 의의(意義)와 기능

인간 생활 속에서의 커뮤니케이션은 물과 공기와 같은 존재이다. 늘 필요하면서도 실제 생활에서 별로 느끼지 못하나 이것이 없는 경우에 큰 고통을 당하기 때문이다.

모어(More)는 커뮤니케이션을 일종의 조직 형태(組織形態)로 보았다.³¹⁾ 이러한 조직성으로 인하여 인간은 아이디어(idea), 상징(symbols), 단어(words), 개념(concepts) 등을 결합함으로써 이미 존재하지 않았던 어떤 것에 대하여 새로운 장(章)을 열게 된다.³²⁾ 인간이 커뮤니케이션의 능력을 소유하여야 할 이유에 대하여 모어는 영국의 생물학자 윌프레드 트로터(Wilfred Trotter)의 이론을 다음과 같이 인용하였다. 즉 모든 생명체(生命體)는 항상 보다 복잡한 형태를 지향하는 경향이 있어서 진화 과정(進化過程)을 밟게 되는데, 이러한 과정은 분화(分化, differentiation), 전문화(專門化 specialization), 협력(協力, cooperation)의 연속으로 이루어지는 것이다. 이러한 보다 복잡하고 고차원적 형태(高次元的形態)로의 발전을 지배하는 공통 분모(共通分母, common denominator)가 바로 커뮤니케이션이라고 하였다.³³⁾

에 따라 달리 정의될 수 있다. 예를 들면, 커뮤니케이터(送信者)에 비중을 둔다면 커뮤니케이션이란 “메시지의 제작”으로 볼 수 있으며, 매체에 비중을 두면 “기호(sign)의 전달”로 수용자(受容者)에 비중을 두면 “의미의 공유(共有)”로, 효과에 비중을 두면 “수용자로부터의 반응 과정”이라고 규정할 수 있다(cf. 車培根, *op. cit.*, p. 22).

30) 여기서 커뮤니케이션의 과업이 제기된다. 즉 우리들의 커뮤니케이션 과업을 왜곡이 발생하는 장소와 방법 및 커뮤니케이션의 실패 요인을 파악하여 오해의 가능성을 줄이는데 있다는 사실을 기억하여야 한다.

31) William F. More, *op. cit.*, p. 13.

32) 이러한 커뮤니케이션의 결합 작용은 자연 발생적이거나 그저 발생하는 것이 아니라 오히려 인간 개성(人間個性)의 두드러진 표현으로서, 인간 정신의 천재성(天才性, ingenuity)과 노력 지향성(努力指向性)의 규명으로 인지(認知)되어야 하며, 인간에게 부여된 최고의 선물로 간주되어야 한다(*Ibid.*, p. 14).

33) 그의 주장에 의하면, 유기체(有機體)는 생명체로서 여러 가지 기능 수행을 위하여

커뮤니케이션은 방어(防禦, protection)와 협력, 식물(植物) 채집과 재생산을 가능케 하며, 궁극적으로 동료 관계를 위한 집단적 모임을 가능케 해 준다. 이러한 가능성은 우리 인간으로 하여금 그 자신보다 더 큰 어떤 존재에로 지향(指向)케 하여 결과적으로 인간의 한계를 그 속에서 극복함으로써 영원한 평화를 찾을 수 있는 어떤 존재를 추구하게 한다. 이것이 곧 인간의 종교적 감정이며, 이러한 신앙심은 인간 존재에 내재(內在)하게 된다는 것이 트로터(Trotter)의 주장이다.³⁴⁾

인간이 커뮤니케이션을 통하여 보다 큰 조직체를 창조하게 하고 법률, 제도, 규칙, 과정 등 보다 복잡한 구조를 창안해 냄으로써 결과적으로 인간을 보다 안전하게 하고, 융통성있게 하며, 보다 자유로운 존재로 만들었다. 이러한 것은 커뮤니케이션이란 사회의 가장 근본적 요인이며, 인간의 안전(安全, security)과 창조성을 유지하기 위한 필연적 존재임을 나타내는 것이다.

역사 발전 과정에서 기술의 발달은 커뮤니케이션의 발달을 가져왔고, 나아가 현대 사회의 특징적 현상인 대중 사회(大衆社會, mass society)로의 길을 열었으니 커뮤니케이션은 사회 변화의 단적 요소로 표출되었다.³⁵⁾

커뮤니케이션이 인간에게 지니는 의미성(意味性)은 다양하지만 이것을 몇 가지로 요약하면 첫째, 커뮤니케이션은 인간이 태어나면서부터 가치관 형성(價値觀形成)과 사고 작용(思考作用)을 지배하며, 둘째, 인간은 커뮤니케이션을 배우기 시작하면서부터 자아(自我)를 인식한다.³⁶⁾ 셋째, 커뮤니케이션은

분화(分化)된 결과 관계를 맺기 시작하거나 서로 커뮤니케이션을 시작함으로써 결국 인간에 이르러서는 뇌 세포와 신경 조직, 근육, 말초 신경 간에 내적 커뮤니케이션 체계(intercommunication system)가 형성한다고 하였다(*Ibid.*, p. 13). Trotter의 진화론적 커뮤니케이션 이론에서도 커뮤니케이션이 인간에게 주는 의의를 찾을 수 있다.

34) *Ibid.*

35) 역사 발전 과정에서의 커뮤니케이션 역할에 관하여 마샬 맥루한(Marshall McLuhan)의 견해를 주목할 필요가 있다. 맥루한은 '인간의 역사 발전을 지배하는 것은 커뮤니케이션이다.'라는 입장에서 출발하여 선적(線的, linear)이고 시각적(視覺的)인 인쇄 매체가 지배하던 시기는 세분화(細分化, differentiated)와 전문화(專門化, specialized)를 초래하여 인간의 단편화(單片化)를 유발하였으나, 전파 매체, 특히 텔레비전 매체의 출현을 인간의 감각 기관의 확장, 즉 인간의 확장(extension of man)을 가져왔다고 주장하였다. cf. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, A Signet Book(New York: McGraw-Hill, 1965).

36) 자아 인식(自我認識)은 다른 사람과의 커뮤니케이션을 통하여 파악되어진다. 또 이것이 발전하여 인간 관계가 형성되고 나아가서 자연과의 관계, 신(神)과의 관계로 확장되는데 자아 인식의 중요성은 커뮤니케이션 이론에서 강조되어야 할 부분이다.

인간과 인간의 관계뿐만 아니라 사회 조직을 연결함으로써 사회 성립(社會成立)의 전제가 되며, 특히 현대 사회와 같이 고도로 분화(分化)되고 복잡한 여건 속에서는 사회 존립(社會存立)의 요체가 된다.³⁷⁾

이와 같이 중요한 의의를 가지는 커뮤니케이션의 기능이 무엇인지에 대하여 많은 논의가 있다. 인간은 커뮤니케이션을 통하여 서로 공통된 의미를 조성하고 또 서로의 행동에 영향을 미침으로써 사회 생활을 영위해 나가고 있다. 그러므로 커뮤니케이션은 사회 구성원들 사이의 협동을 통한 사회 유지 기능을 가지고 있다.³⁸⁾

커뮤니케이션의 기능에 대하여 라스웰(Harold D. Lasswell)은 다음과 같이 정리하였다. 즉 첫째는 환경 감시(surveillance) 기능이며, 둘째는 합의(consensus) 기능이고, 셋째는 사회화(社會化, socialization)의 기능이다.³⁹⁾ 이것은 현대 사회에서의 커뮤니케이션의 기능을 집약적으로 표현한 것이다.

이러한 세 가지 기능에다 라이트(Wright)가 주장한 오락적 기능을 포함시킬 필요가 있다.⁴⁰⁾ 커뮤니케이션은 인간을 기쁘게 하는 오락적 기능을 가지고 있어서 이것을 통한 설득과 합의를 얻게 하는 구실을 한다.⁴¹⁾

커뮤니케이션을 이 사회 속에서 항상 긍정적 기능만을 수행하는 것이 아니라, 부정적 기능을 수행함으로써 사회의 흐름을 특수한 여론 조작자들의 의도대로 유도해 가는 경우도 있다.⁴²⁾ 이러한 양면적 기능을 보다 정확히 분석하는 것이 매우 중요한 요소라고 하겠다.

37) 현대 사회에서의 커뮤니케이션의 중요성은 그 반대 상황도 생성케 한다. 즉 커뮤니케이션의 결렬(breakdown) 현상은 인간과 인간 사회의 괴리를 초래할 수 있다는 논리가 가능하다.

38) 車培根, *op. cit.*, p. 27. 커뮤니케이션의 사회 유지 기능은 커뮤니케이션이란 수단이 없이는 인간들 사이의 협동이 불가능하며, 또 협동이 이루어지지 않는 사회란 존재할 수 없기 때문이다.

39) Harold D. Lasswell의 "The Structure and Function of Communication in Society" 를 요약한 *Ibid.*

40) Charles R. Wright, *Mass Communication: A Sociological Perspective*(New York: Random House, 1966), pp. 16-20. Wright는 커뮤니케이션의 오락적 기능을 강조하면서 인간의 사회성(社會性)에 중점을 두었다. 즉 사회적 존재로서의 인간을 삶의 현장에서 '놀이'의 기쁨이 필요하며, 이것을 다른 사람과의 관계에서 확산시키는 것이 커뮤니케이션의 중요한 기능으로 보았다.

41) 슈람(Wilbur Schramm)이 지적한 바와 같이 커뮤니케이션을 인간으로 하여금 생활 환경에 대한 지식을 공유(共有)시키고, 새로운 사회 성원(社會成員)을 교육시키며, 즐거움을 주고, 서로 설득하고 통제해서 합의를 얻게 하는 구실을 담당하고 있다(cf. 車培根, *op. cit.*, p. 28).

42) 커뮤니케이션의 부정적 기능을 현대 사회에서 다양하게 표출되고 있다. 즉 마취

3. 커뮤니케이션의 과정(過程)

커뮤니케이션이 이루어지기 위해서는 몇 개의 요소들이 있어야 한다. 즉 커뮤니케이터(Communicator, 送信者), 메시지(Messege), 미디어(Media), 수용자(受容者, receiver), 효과(effect), 커뮤니케이션이 발생하는 상황(context) 등으로 구성되는 일련의 과정으로 이루어진다.⁴³⁾

다시 말하면 커뮤니케이션의 과정에 대해 헤롤드 라스웰(Harold D. Lasswell)은 '누가(Who says)', '무엇을(what)', '누구에게(to whom)', '어떤 매체(which channel)'를 통하여, '어떤 효과(with what effect)'를 얻느냐라는 과정으로 이해하였다.⁴⁴⁾ 모어(William F. More)는 커뮤니케이션 과정을 인간의 삶의 과정과 비교하면서 커뮤니케이션을 인간의 감각을 타인에게로 확대하며 인간의 전체 환경(total environment)에로 집적(集積)시키는 과정으로 보았다.⁴⁵⁾

커뮤니케이션의 과정을 보다 정확히 이해하기 위해서 커뮤니케이션 모델을 도해(圖解)하는 것은 매우 유용하리라고 본다. 그러나 커뮤니케이션의 모델도 학자들의 주장에 따라 다르게 표현되고 있다.⁴⁶⁾

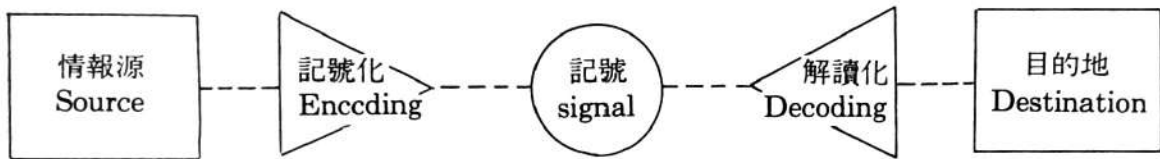
셰논(Claude E. Shanon)과 웨버(Warren Weaver)는 커뮤니케이션을 정보

작용(narcotization)을 통하여 사회 형상을 보편화 내지 우매화시키고, 대중 문화(大衆文化)의 조장을 통하여 순수한 문화의 영역이 축소되게 한다. 또 계층 간의 간격을 더하게 하며, 사회적 좌절감을 심화시키는 역기능도 있다. 그러므로 커뮤니케이션의 해독작용에도 관심을 가져야 커뮤니케이션을 바로 이해할 수 있다.

- 43) 여기서 '과정'이란 말은 요소들 사이의 상호 작용을 의미한다. 벌로(Berlo)는 이것을 "시간에 따라 연속적인 변화를 보이는 어떤 현상, 또는 연쇄적인 작용"이라고 하면서, 그 특성으로는 역동성(力動性, dynamics), 연속성(連續性, continuity), 상변성(常變性, ever-changing), 진행성(進行性, on-going process)을 들고 있다. cf. David K. Berlo, *The Process of Communication*(New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960). p. 23.
- 44) Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society" in Cyman Bryon (ed.), *The Communication of Ideas*(New York: Harper E. Brothers, 1948)를 요약한 車培根, *op. cit.*, p. 29에서 재인용. 또 슈람(Wilbur Schramm)은 '커뮤니케이션이란 A가 B라는 내용을 C라는 채널(channel)을 통하여 D에게 전달하여 E라는 효과를 얻는 과정'이라고 하였다. cf. Wilbur Schramm, *Communication in Modern Society*(Urbana, Ill: University of Illinois Press, 1948), p. 24.
- 45) William F. More, *op. cit.*, p. 31.
- 46) 여러 가지 커뮤니케이션 모델 가운데 인간 커뮤니케이션(Human Communication)이 어떻게 이루어지는가에 중점을 두고, 몇 가지 모델 도해를 소개한다.

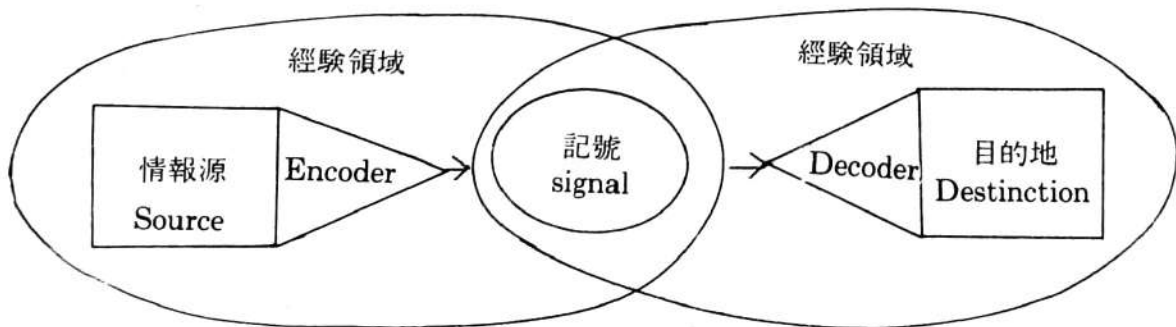
원(情報源, source)에서 목적지까지 전달되는 과정으로 파악하고 있다.⁴⁷⁾ 커뮤니케이터(혹은 정보원)가 정보(information)를 기호화(記號化, Encoding)를 통하여 메시지로 작성하며, 작성된 메시지는 음파(音波)나 전파(電波)등의 기호(signal)로 바뀌어 채널을 통하여 전달된다. 전달된 메시지는 목적지(혹은 수신자)에서 해독되고 이해되어진다는 것이다.⁴⁸⁾ 이것을 그림으로 표시하면 다음과 같다.

Shanon-Weaver 커뮤니케이션 모델



슈람(Wilbur Schramm)은 Shanon-Weaver 모델을 발전시켜 새로운 모델을 제시하였다. 슈람은 다음의 도해에서 나타나듯이 두 개체(個體) 사이에서 공통으로 이해된 영역을 나누어 갖는 관계를 강조하고 있다. 이 모델에 의하면 커뮤니케이션이 가능하기 위해서는 경험 영역(經驗領域) 사이의 공유(共有)된 부분이 존재해야 하며, 공유된 부분이 클수록 커뮤니케이션의 용이도(容易度)가 증가한다고 볼 수 있다.⁴⁹⁾

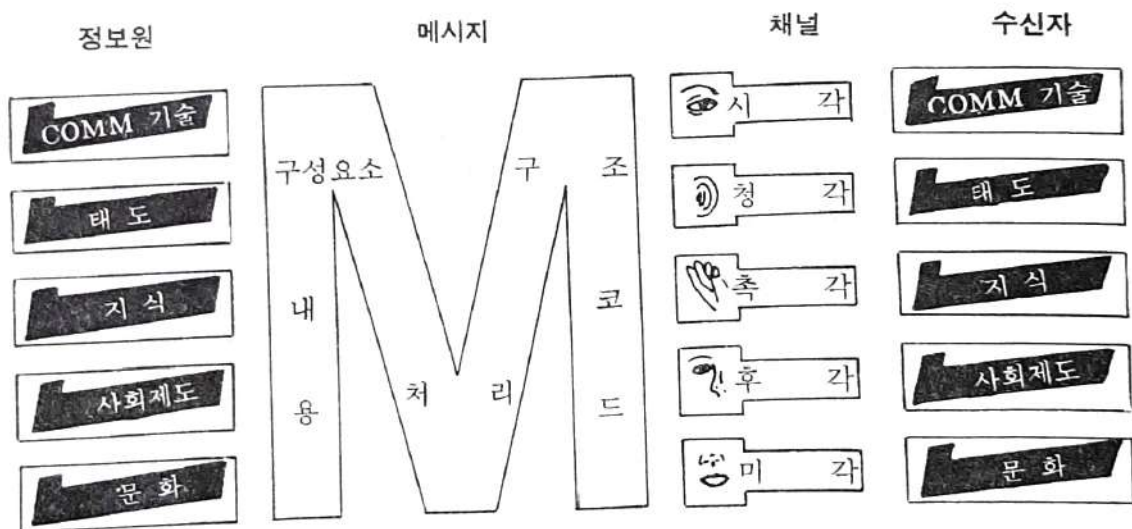
Schramm의 커뮤니케이션 모델



47) Claude E. Shanon and Warren Weaver, *A Mathematical Theory of Communication* (Urbana, Ill. : University of Illinois Press, 1949), p. 5.
 48) Shanon-Weaver 커뮤니케이션 모델은 정보원으로부터 목적지에 이르는 정보 전달 과정에 중점을 두었기 때문에 인간의 커뮤니케이션 과정을 설명하기보다는 오히려 기계적 커뮤니케이션 체계(mechanical communication system)의 구조를 설명한다. 그러나 이 모델은 커뮤니케이션 모델의 '고전'으로서 그 후에 만들어진 모델에 큰 영향을 주었다.
 49) Wilbur Shramm, "How Communication Works" in *The Process and Effects of Mass Communication*(Urbana, Ill. : The University of Illinois Press, 1971), p.6.

Shanon-Weaver 모델이나 Shramm 모델은 정보원(情報員)이나 수신자(受信者)가 가지고 있는 내적, 외적 요인을 설명하지 못하는 약점이 있다. 이것을 보완한 것이 벌로(Berlo)의 커뮤니케이션 모델인데⁵⁰⁾ 벌로의 모델에 의하면, 정보원이 메시지를 작성하거나 수신자가 메시지를 해독(解讀)하는 과정에 작용하는 변화를 커뮤니케이션 기술, 태도, 지식, 사회 제도, 문화라고 보았다.⁵¹⁾

Berlo의 커뮤니케이션 모델



커뮤니케이션의 과정에는 여러 가지 요소들이 필요하다. 커뮤니케이션 이론에 따라 각기 다르게 표현할 수 있으나 중요한 요소들을 살펴보면 다음과 같다.

① 정보원(情報源, Source) 또는 커뮤니케이터(Communicator): 이것은 커뮤니케이션 행위를 수행하는 행위 주체(行爲主體)를 말한다. 이것은 개인이 할 수도

50) David K. Berlo, *op. cit.*, p. 72.

51) 위의 몇 가지 모델에서 벌로가 제시한 요인들을 슈람의 경험 영역에 포함시킬 수가 있다면, 커뮤니케이션의 상호 작용을 설명하는 데는 슈람의 커뮤니케이션 모델이 보다 편리하다고 본다. 1959년에 라일리(Riley) 부부에 의하여 제시된 사회학적 접근 모델을 주시할 필요가 있다. cf. John W. Riley, Jr. and Matilda W. Riley, "Mass Communication and the Social System", in Robert K. Merton, Leonard Broom and Leonard S. Cottrell, Jr.(eds.), *Sociology Today, Problems and Prospects* (New York : Basic Books, 1959).

있고, 집단이 할 수도 있으며, 이러한 행위 주체는 자기나름의 의도⁵²⁾와 속성⁵³⁾이 있어야 한다.

② 메시지(Messege) : 메시지란 정보원(커뮤니케이터)이 수용자로부터 자기가 의도한 반응을 얻기 위하여 고안한 내용과 기호들(記號, symbols)의 집합 또는 자극들의 집합이라고 할 수 있다. 메시지는 커뮤니케이터의 머리 속에 있는 생각을 말하는 것이 아니라 그 생각이 기호로 바뀌어져 밖으로 표출된 상태를 의미한다. 이러한 메시지는 내용(content), 기호(sign), 처리(treatment)⁵⁴⁾로 구성된다.

③ 매체(Medium 또는 Channet) : 매체란 메시지를 담는 그릇 및 그 그릇의 운반체⁵⁵⁾, 회로(回路)등을 말하는 것으로서 이것을 통하여 메시지가 수용자에게 전달된다. 이러한 매체에는 잡음(noise)이 끼어들어 메시지의 전달을 방해하는 경우가 많다.⁵⁶⁾

④ 수용자(收容者, Recipient) : 수용자는 목적지(目的地, Destination)라고도 하는데 커뮤니케이터가 보낸 메시지를 받게 되는 개인이나 집단을 말한다. 수용자를 커뮤니케이터의 메시지만 아니라 커뮤니케이터의 속성, 매체의 특성들도 함께 받아들이며, 수용자가 메시지에 반응하는 것을 메시지 하나에만 아니라 그가 지각(知覺)한 모든 복합적 자극에 대한 반응이다.⁵⁷⁾

52) 여기서 의도란 커뮤니케이션을 하는 목적을 말한다. 정보원은 목적을 가지고 미디어를 선택하거나 수용자를 결정하기도 하며, 사용할 언어, 커뮤니케이션할 장소와 시간을 선택한다. 정보원을 이렇게 미디어, 수용자, 메시지를 선택함으로써 그 자신의 이미지를 전달하고, 자신이 주장하는 사회적 지위를 암시하는 동시에 수신자에 따른 사회적 위치를 제시한다.

53) 속성이란 정보원이 갖는 태도, 지식, 기술, 공신력(公信力, source credibility)등 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치는 특성을 의미한다. 정보원에 대한 공신력은 커뮤니케이션을 수행함에 있어서 정보원에게 중요한 역할을 한다. 인간은 그들이 믿을 가치가 있다고 믿는 정보원으로부터의 메시지를 수락하는 경향이 있는 반면, 공신력이 낮은 정보원으로부터의 메시지를 거절하는 경향이 있다(cf. William F. More, *op. cit.*, p. 33).

54) 여기서 '처리'란 메시지의 내용을 선정, 조직, 배열하고 문체(文體)를 가다듬는 작업을 말한다.

55) '그릇'이란 신문, 라디오, 텔레비전, 잡지 등을 말하며, '그릇의 운반체'는 음파(音波), 광파(光波), 전파(電波) 등을 말한다.

56) 효과적인 커뮤니케이션을 위한 미디어 전략은 동일한 메시지를 여러 가지 미디어로 반복하여 사용함으로써 효과적으로 재강화(reinforcement)를 시켜 주어야 한다 (*Ibid.*, p. 35).

57) 수용자는 자극을 받고 무조건 반사적으로 반응을 보이는 것이 아니라 지각, 이해, 기억 등의 복잡한 심리 과정을 거치면서 수용자 내부에 존재하는 여러 가지 기준

⑤ 효과(效果, Effects) : 효과는 수용자가 커뮤니케이션 자극을 받고 나타내는 반응을 뜻한다. 이 반응은 외부로 표현된 반응뿐만 아니라 수용자 내부의 잠재적 변화까지도 포함한다. 수용자는 커뮤니케이터의 자극을 받고, 커뮤니케이터가 의도한 대로만 반응하지 않고 때로는 상반된 반응을 하는 경우도 있다.

⑥ 피드백(Feedback) : 피드백이란 커뮤니케이터에게 돌아오는 수용자의 반응이다. 피드백은 커뮤니케이션 효과 측정(效果測定)의 지표가 되는 것인데 커뮤니케이터가 수용자의 반응을 보고 자기의 의도와 비교, 평가해서 차이가 있을 때 커뮤니케이션 자극을 수정, 보완하여 다시 활용하는 것이다. 이러한 피드백 작용을 통하여 커뮤니케이션 체계(體系)는 연속적이고 순환적인 과정이 되며, 그 결과로 효과를 얻을 때까지 커뮤니케이션 자극을 보내는 것이 가능하다.⁵⁸⁾

⑦ 커뮤니케이션 상황 : 커뮤니케이션 상황이란 커뮤니케이션이 일어나고 있는 시대적, 지리적 상황을 의미한다. 작게는 커뮤니케이션이 일어나는 분위기, 시간, 장소 등을 말할 수 있고, 넓게는 사회적, 정치적 체제, 세계 정세 등 문화적 배경까지 포함할 수 있다.⁵⁹⁾

위에서 말한 커뮤니케이션 과정을 하나의 도해로 표현한 것이 다음과 같다.⁶⁰⁾

(* 다음 호에 계속)

요인, 즉 태도, 피설득 성향, 문화, 사회적 지위, 준거 집단, 상황 등의 영향 또는 지배를 받아 그 결과로 반응한다.

58) 커뮤니케이션의 피드백을 정확히 파악하기 어려우나 일반적으로 커뮤니케이션 유형에 따른 피드백의 효과를 이해하는 것이 필요하다. 피드백이 효과적으로 이루어지는 순서를 보면 다음과 같다. ① 인간내적(人間內的) 커뮤니케이션(intrapersonal communication) : 뜨거우면 자동적으로 손을 댄다든지, 사고(思考) 과정에서의 자문자답) ② 대인(對人) 커뮤니케이션(interpersonal Communication: 몸짓이나 손짓, 얼굴 표정 등으로 상대방의 반응을 알고, 또 대화를 통하여 서로 반응을 주고 받는다. ③ 소집단(小集團) 커뮤니케이션(small group communication : 강의 시간에 모르는 것이 있으면 손을 들어 질문하는 것). ④ 매스 미디어를 통한 커뮤니케이션(masscommunication).

59) 커뮤니케이션 과정의 여러 가지 요소들을 학자들에 따라 다르게 표현하는 경우도 있으나, S-M-C-R-E라는 공식으로 표현하기도 한다.

60) 車培根, *op. cit.*, p. 43.