

分子的 個體論을 導入한 試論的 커뮤니케이션 研究

朴 許 植

目 次

- | | |
|-----------------|-----------|
| 1. 緒 論 | 4. 試論의 展開 |
| 2. 理論的 端緒 | (가) 發 信 者 |
| 3. 問題의 뿌리(root) | (나) 受 容 者 |
| (가) 커뮤니케이션 3相 | (다) 效 果 |
| (나) 分子의 個體 | 5. 끝맺는 말 |

1. 緒 論

오늘날 커뮤니케이션研究는 여러 分野에서 多樣하게 이루어지고 있으나 個體論을 導入한 研究는 이루어진 것이 全無하다. 그 理由는 個人的 數學的 概念이 1人이라는 종래의 見解가 옳다고 하는, 不變의 命題라고 하는 信念에서 모든 學問은 出發하여 오늘날과 같은 발전을 가져 오므로써 個體의 檢討에 대한 必要를 느끼지 못했기 때문이다.

社會가 近代社會에서 大衆社會로 발전함에 따라 既存理論으로는 추적, 설명할 수 없는 難題가 계속 등장하고 있음은 무엇을 의미하는가?

社會科學이 당면하고 있는 根本的인 課題는 이와 같은 문제들을 精確히 파악하여 分析할 수 있는 理論의 定立일 것이며 이를 위하여 社會現象研究의 出發點이 되고 있는 命題의 再 檢討는 無意味한 作業만은 아닐 것이다.

이 물음은 이미 있어야 했던 것으로 人間의 社會現象을 바라보는 視角의 處女地開拓을 위한 努力의 一環이라 할 수 있다.

만약 커뮤니케이션의 主體가 數學的 個體가 아니라고 가정하게 된다면 커뮤니케이션현상의 설명은 어떻게 달라질 수 있는가? 그 可能性의 타진을 위한 노력이 다음의 글이다.

2. 理論的 端緒

人間이 지어낸 行態는 말할 것도 없고 心理的 現象까지를 人間中心的으로 考察한 社會科

學者들은 社會過程이란 概念을 만들어 人間을 分析하고 있다. 이 分析의 主對象인 人間은 社會的 動物인 동시에 非社會的 動物이라는 兩面性을 지니고 있다. 人間아닌 動物中에도 個人性 아닌 社會性生活을 영위하는 것이 많다. 그러나 이들은 個人性 생활이나 社會性 生活中 어느 하나만을 영위하지만 人間만이 兩面生活을 共有한다는 것이 특징이다. 즉 人間의 기본적 생활속성은 一般動物처럼 個人性인데 個人性의 生活條件을 向上시키기 위한 手段으로서 社會性을 한 形態로 維持할 따름이다. 그러므로 人間은 社會活動의 모든 이익을 個人에게로 환원시키려 노력하고 있다. 이 노력은 個體의 投資에 대한 社會的 自我的 再 획득과정에서 구체화되며 他人과의 접촉과 커뮤니케이션을 통하여 活性化된다.

따라서 한 집단내에 살고 있는 사람은 社會生活을 영위하기 위하여 비교적 지속적이며 안정적인 상호접촉을 통하여 他에 영향을 주고 받으면서 가지가지의 관계를 유지하고 있다.

이 社會관계가 時間의 경과에 따라 변화 발전하여 가는 動態的인 과정을 가리켜 社會過程이라 부르는데 人間社會에는 언제나 이와 같은 依存관계가 成立되어 왔다. 만약 이러한 社會관계가 없을 것 같으면 一般動物과 같이 無秩序하고 個人의 생활은 물론 집단 생활도 원만하게 行해지지 못할 것이며 社會存在까지도 위태롭게 될 것이다. 따라서 自然界의 관계에 있어서는 $1+1+1=3$ 의 공식으로 표현되고 있으나 人間界의 관계는 自然界와는 달리 $1+1+1=3\alpha$ 의 공식으로 표현하고 있다. 즉 人間關係의 3α 로 표시한 α 는 “有目的의 行動——人間關係”의 指標(index)인 것이다. 즉 가족이나 학교는 하나의 人間關係의 社會集團이다. 이러한 가족 또는 학교에 있어서의 人間關係의 지표는 血緣과 學習이라는 관계에 있다.

이러한 관점에서 C. H. Cooley, R. E. Park 또는 E. W. Burgess 등의 社會學者들은 社會過程을 크게 나누어 結合(association)으로 향하는 운동과 分離(dissociation)로 이끌어 가는 운동의 두형태로 나누어 파악하고 있다. 독일의 現代社會學者인 Leopold von Weis도 社會過程을 結合과 分離의 두 作用으로 區分하고 이 兩者間은 서로 크고 많은 作用이 平衡하며 全體로서 均衡을 유지하고 있다고 하였다. 그 結果 社會에 있어서의 人間과 人間의 (社會的) 거리는 力動的으로 移動 또는 정지되어 간다고 하면서 그는 다시 이러한 社會過程(P)의 作用은 이에 관여하는 사람의 태도(H)와 그가 처해 있는 장면(S)에 따라 정하여진다고 하였으며 이러한 관계를 $P=H:S$ 의 관계식으로 설명하고 있다.

이와 같은 社會過程의 論理的 설명요인에 관한 學說로서 相互作用說, 社會拘束說, 模倣說, 同類意識說, 意志結合說 등 여러가지가 있다. 이들 중에서 相互作用說과 社會拘束說이 現在 가장 중요한 學說로써 인정되고 있는데¹⁾ 이러한 相互作用이나 社會拘束은 커뮤니케이션에 의하여 이루어지고 있으며 牽引과 反撥(attraction and repulsion)에 의하여 상호작

1) 韓國社會의 諸問題, 全國教育大學聯合會編, 教育圖書株式會社, 1966, pp. 164-166.

용이 된다는 것이다.

<社會的 相互作用의 形式²⁾>

1. 相互牽引(mutural attraction) (A)→ ←(B)
2. 相互反撥(mutural repulsion) (A)——××——(B)
3. 相互無關心(mutural indifference) (A).....(B)
4. 牽引 對 反撥(attraction repulsion) (A)→ × ←(B)
5. 牽引 對 無關心(attraction indifference) (A)→(B)
6. 無關心 對 反撥(indifference repulsion) (A)..... × ——(B)

위표에서 보는 바와 같이 牽引과 反撥은 個人의 이데아(idea)라고 할 수 있는 personality를 형성시켜주는 과정인데 이는 또한 現代社會의 不可事議한 “大衆”(mass)의 性格形成에 깊이가 관여하고 있다.

personality는 사람들의 行動 根底에 있는 生物的 心理的 社會的 要因의 組織體로 생각되고 있다.³⁾ 즉 다시말하면 廣義의 人間行動體系를 가리킨다.

이러한 personality는 ①體質의 要因, ②個人=社會的 經驗, ③文化的 經驗에서 형성된다고 Gillin은 말하고 있으나⁴⁾ 사실상 이의 形成은 어느 局限된 要因에 의해서 생긴다고 보기 보다는 人間이 처한 모든 條件을 바탕으로 하여 형성된다고 보는 것이 옳을 것이다.

한편 人間은 他人과 상호작용하는 과정에서 作用을 주고받는 것으로만 그치지 않고 社會속의 구성원으로 몰입하여 왔다. 바로 이 과정을 社會學에서 社會化(socialization)라 하며 生物有機體가 精神心理的으로 성숙하여 社會가 기대하는 特定行動類型을 획득해 가는 과정이라고 말하고 있다.

個人이 어떻게 社會化되느냐에 대해서 들케임은 集合表象(representation collectives)의 拘束力으로서 설명한다. 集合表象은 社會의 成員들이 公有하고 있는 觀念行動類型 態도와 價値의 體系를 말하고 이 體系는 어떤 制裁에 의해서 個人에게 강요된다는 것이다.⁵⁾ 한편 Cooley는 自我가 他者와의 접촉에서 社會的으로 형성되는 것임을 지적하고 있다. 즉 社會的 自我란 「社會生活의 커뮤니케이션過程에서 얻어서 他人이 自己의 것으로 소중히 여기는 觀念이나 理念의 體系」라는 것이다.⁶⁾ 이런 社會的 自我의 개념은 그후 미드에 의하여 계승 발전되어 自我의 발생은 象徴이나 言語를 사용할 줄 아는 人間精神의 能力發達에 의존한다고까지 발전되었다. 즉 他人과의 相互作用에 의하여 처음에는 제스처에 의해서, 다음에는 의미있는 言語에 의해서 아이는 자기의 말이 他人에게 어떠한 反應을 주는 것인가를 알게

2) 前掲書, p. 170.
 3) Roucek & Warren, Sociology, 1951, p. 23.
 4) Gillin & Gillin, Cultural Sociology, 1948, p. 666.
 5) E. Durkheim, Education et Sociologie, 1922, pp. 177-179.
 6) C. H. Cooley, Human Nature and the Social Order, 1902, p. 147.

된다는 것이다. 아이들은 자기에게 보내진 他人의 反應을 模倣하면서 他人의 태도를 內面化하게 되고 남의 역할을 自己自身이 知得하게 된다. 그리하여 그는 他人이 하는 것과 같이 行動하는 자기 자신을 발견하게 된다.

이러한 역할의 수행과정에서 아이는 一般化된 他者(generalized other)의 태도를 알게 되는데 一般化된 他者란 自我가 직접으로 相互作用하는 特定の 他者 하나하나를 그 要素로 포함하여 그것이 점차 확대되어 결국은 전체로서의 社會一般에게까지 擴大된다.

一般化된 他者는 個人의 自我속에 內面化되고 蓄積되어 가치기준으로서 確立된다. 그리하여 他者가 존재하지 않는 경우에도 自我가 自律적으로 自己行動을 統制한다. 즉 內面화된 가치기준이 감시자의 입장에 서게 된다. 이것을 프로이트는 超自我(superego)로서 설명하고 있다.⁷⁾ 즉 사회화를 초자아의 획득과정으로 보고 있는 것이다.

그런데 個人이 소속되고 있는 집단은 1차집단과 2차집단으로 구분되어 인간을 일정한 순환과정으로 진입시키는데 現代의 社會는 個人에게 이러한 社會化를 너무도 방대하게 제공하고 있다. 초자아 획득의 구매시장인 大衆社會에 있어서 이제 어느 하나의 집단에 소속되는 것만으로는 不安感이나 소외감을 벗어날 수 없다. 왜냐하면 오늘날에는 집단의 孤立현상이 나타나고 있기 때문이다. 즉 집단間的 갈등이 고립을 초래한다고 생각된다. Slum 街의 난민은 中流市民의 生活에서 소외되어 있고 高級文化는 大衆文化와 분리되어 있으며 매스 미디어는 집중되어 가고 있다. 人間은 소외감을 大衆속에서 느끼지만 이를 극복하기 위해 참여한 집단은 또다시 집단간의 孤立현상을 나타내고 있는 것이다. 그러므로 大衆社會는 自由로운 實體로서의 個人을 부정하고 그 代身 個人의 自由가 集團內部에서 再生케 된다. 즉 個人은 그가 속해 있는 집단의 所屬員으로서 制度的 行動樣式을 통해 한 社會속에 흡수되기 마련이며 個人은 그가 속해 있는 집단을 根據로 삼고서 커뮤니케이션을 한다고 볼 수 있다. 따라서 집단은 커뮤니케이션의 도움으로 生命을 얻지만 集團內를 흐르는 樣態는 개인과는 다르다.

組織社會에 있어서 集團은 國家에 代身하여 個人에게 直接的인 表現의 自由를 賦與하여 集團은 自由의 原形態가 되고 大衆은 第二次集團으로 組織化 됨으로써 自主的인 自由를 再構成하게 되는 것이다.⁸⁾ 再構成된 자유를 바탕으로 조직은 개인으로 하여금 專門化된 社會의 相互關係에 依存케 함과 동시에 目標를 좁은 범위로 한정시키고 構成員의 加入과 脫退를 自由意思와 能力에 둬으로써 조직으로 하여금 普遍性을 지니고 分化되어 가도록 한다.

이 分化와 普遍性은 個人으로 하여금 數學的, 個體의 概念을 더욱 명확하게 파악해야 한다는 必要性을 제기시키고 있으나 現實의으로는 이와 반대의 결과를 낳고 있다고 생각된다.

7) 高永復, 社會學 要論, 民潮社, 1965, pp. 101-109.

8) 金成煥, 議會, 政黨, 壓力團體, 思想界, 1959, 4, Vol. 7, No. 4. p. 127.

그러나 社會의 구조적 分化和 個人的 관계는 大衆社會가 추진될수록 個體가 一人이라는 假說을 벗어나는 징후가 뚜렷하게 엿보인다.

個人이 느끼는 大衆속의 소외감이 그렇고, 一般화된 他者の 기능이 그러하며 個人이 大衆(mass)에 沒入되는 과정이 그러하다. 이처럼 社會科學 一般에서 나타나는 기능적 개체 二分裂의 分子的 概念 문제는 커뮤니케이션學에서도 예외는 아니며 오히려 더욱 그 實像이 잘 반사되고 있다.

다음에서 커뮤니케이션 3相을 中心으로 문제의 뿌리를 추적해 보자.

3. 問題의 뿌리(root)

人間的 社會의 行爲와 主體間的 관계에 對한 生物學的 論爭은 옛날부터 끈질기게 이어져 왔다. 古典의인 社會有機體說을 시발점으로 社會學에 끼쳤던 生物學的 諸學說이 그렇고, 最近 美國 學界에서 再燃되고 있는 “社會生物學”의 論爭이 그렇다.⁹⁾

“조간간 政治, 經濟, 法律, 心理, 人類學 등의 學問들이 모두 社會生物學的 一部가 될 것”이라고 주장하는 하버드大 生物學教授 로버트 트라이버스박사가 “보답적 利他主義”를 내세워 人間 및 動物의 行爲를 규명하고 있는데서 社會生物學的 現代的 극치를 이룬다.

그는 인간의 利他的 行爲가 유전적이라고 보는 동시에 宗教行爲, 섹스, 원한감정 등도 유전인자에서 비롯될 뿐만 아니라 극단적으로는 모든 생명체는 유기물과 유전자의 구성물질인 DNA를 위해 존재한다고 말하고 있다. 또 도덕, 정의, 헌신, 자선 등 모든 인간의 행위도 유전인자와 동물적 인간본능으로부터 진화됐고 궁극적으로 이 행위는 이기적이라는 것이다.

이와 같은 논쟁은 하버드大에서 로버트 트라이버스박사를 물러나게 할만큼 치열한데 이 論爭의 충격은 현대 社會學의 기반을 뒤흔들고 있을 뿐만 아니라 인간을 포함하여 모든 동물의 행위는 一回性으로 그치지 않고 進化하며 遺傳한다는 주장은 새로운 도전임에 틀림 없다.

그러나 이 도전도 인간이 상호작용관계에 있을때 個人은 1個體로 그대로 고정되고 있는지 아니면 달리 변화되는지에 대하여 언급하고 있지도 않고 문제의식마저도 없지만 이 문제는 社會生物學的 立場에서 다루어야 할 것이라는 판단을 갖게는 하고 있다.

(가) 커뮤니케이션 3相

社會一般에서 불투명하게 나타나는 個體의 數學的 概念은 커뮤니케이션이란 特殊상황으로 條件지울때 문제의 뿌리는 더욱 선명하게 나타난다.

9) “社會生物學” 論爭, 美學界에 再燃, 中央日報 1977, p. 29.

John R. Pierce는 모든 살아있는 細胞는 커뮤니케이션 능력이 있다고 보고 細胞의 커뮤니케이션 능력을 기준으로 生物學的 역할에 근거하여 커뮤니케이션을 다음과 같이 분류하고 있다.¹⁰⁾

- ① 代謝的 커뮤니케이션(metabolic communication)
- ② 遺傳的 커뮤니케이션(genetic communication)
- ③ 神經的 커뮤니케이션(nervous communication)

위의 分類는 媒體라든가 내용, 형식 등에 의하여 커뮤니케이션을 區分한 것이 아니고 生物學的 基礎에 의하여 分類한 것이어서 分子의 個體概念이나 問題의 뿌리를 露出시키는데 큰 도움을 준다. 分子의 個體概念이 형성되는 기반도 生物學的인 資料에 의하기 때문이다. 이들의 특성을 간단히 살펴보면 다음과 같다.¹¹⁾

(1) 代謝的 커뮤니케이션(metabolic communication)

代謝的 커뮤니케이션은 化學的 過程에 참여하는 크고 작은 分子들의 質과 濃度에 의하여 일어나고 있는데 이에 의하여 細胞들은 번식하고 성장하여 살아있는 상태를 유지한다. 이 커뮤니케이션은 遺傳的 커뮤니케이션과는 달리 모든 有機體의 壽命에 관계하며 아주 密接해 있는 조직화된 細胞社會에서 극히 중요하다. 一般的으로 細胞社會(society of cells)에서의 代謝的 커뮤니케이션 메카니즘은 線細胞의 分泌物에 의하여 일어난다. 이 分泌物은 細胞와 細胞사이의 空間을 通하여 擴散되고 있는데, 이 分泌物을 우리는 흔히 호르몬(Hormone)이라 부르고 있다.

代謝的 커뮤니케이션의 生物學的 機能은 두가지가 있는데 첫째는 多細胞動物과 植物의 成長을 秩序있게 調節하는 일이다. 생물의 성숙단계의 지시는 호르몬으로부터 받게 된다. Estrogen이라는 女性호르몬이 이와같은 역할을 하는 발달전달자(developmental messenger)로 잘 알려져 있다. estrogen은 모든 조직(tissue)에 있는 세포에 영향을 미쳐서 각 세포는 代謝的 反作用으로 신체의 第二次 性特徵을 가져오게 한다.

둘째로 Hormone은 모든 기관이 外部環境의 변화에 대하여 內部環境의 變化를 최소로 하게 하는 恒常性(homeostasis)의 기능을 수행한다. 糖尿病과 관계가 있다고 알려진 Insulin이라는 호르몬은 恒常性을 위한 化學的 傳達者(homeostatic chemical messenger)의 한 예가 된다. 胰臟의 분비세포에서 나오고 있는 Insulin은 血中の 糖分 농도에 관여한다. 즉 간이나 근육에 있는 세포에게는 血中에 용해되어 있는 糖을 이들 조직에 저장하거나 소모케 지시하여 혈당량을 일정하게 유지시키는 역할을 한다.

代謝的 커뮤니케이션은 生命을 유지하기 위하여 취해지는 영양의 소비, 축적에 관계되는

10) Cellular Communication, by Gunther S. Stent, in Scientific American, 1972, 9, p. 43.

11) G. S. Stent의 Cellular Communication을 요약한 것이므로 자세한 것은 前揭書, pp. 43-45를 참조할 것.

커뮤니케이션의 모두를 포함한다.

(2) 遺傳的 커뮤니케이션(genetic communication)

有機體의 遺傳的 커뮤니케이션은 細胞의 構成物中 하나인 DNA에 의하여 일어나는데 이 DNA는 adenine, guanine, thymine, cytosine으로 되어있다. 遺傳的 커뮤니케이션의 의미는 20가지의 아미노산이 정밀하게 연결된 수백만의 분자량에 의하여 부여되고 있다. 그것은 genetic information이라는 것으로 되어 있으며 생물의 種을 고정시키는 본질이기도 하다.

세포증식의 과정에서 부모의 DNA분자가 재배치되어 두개의 딸세포(daughter cell)로 나누어질때 각각 모세포(mother cell)는 유전적 정보를 각세포에게 전해준다. 이와 같은 수직적인 유전外에도 수평적인 유전이 있다. 즉 세포들은 서로 커뮤니케이션 하여 혼합된 계통의 자손이 출생하도록 그들의 유전적 정보를 교환한다. 그와 같은 유전적 정보의 커뮤니케이션이 일어나는데는 적어도 4가지의 다른 메카니즘이 있다.

가장 원시적인 것은 유전적 형질전환(genetic transformation)인데 기증세포(donor cell)는 자기를 둘러싸고 있는 주위에 DNA분자의 일부를 방출한다. 방출된 DNA입자들 중의 하나가 受領細胞(recipient cell)에 의하여 체내로 흡수되어 수령세포의 유전적 구조에 편입되는 것이다.

둘째 메카니즘은 유전적인 전달생산(transduction)이다. Virus에 숙주세포(host cell)가 감염되었을 때 숙주세포의 DNA입자 한두개가 새로 생겨나는 세포에 편입되는 것을 말한다. Virus particle이 숙주세포로부터 방출된 후 bastard virus particle은 新生세포를 감염시킨다.

셋째 메카니즘은 유전적 접합이다. 여기서는 두세포가 만나 그들 사이에 부부관(夫婦管)(conjugal tube) 혹은 가느다란 다리(bridge)를 만든다. 접합후 한쌍의 세포중 기증멤버는 DNA의 짝을 찾아 수령멤버로 tube를 통하여 들어간다.

이와 같은 mechanism의 自然的 發生은 세포의 상태가 최하등인 bacteria에서만 발견된다. 곰팡이나 원생동물(protozoa)로부터 人間에 이르기까지 세포의 상태가 발달한 것은 性이라고 하는 정교한 유전적 커뮤니케이션의 메카니즘에 의하여 일어난다. 세포 Type인 두 配偶者는 교미, 정자와 난자의 만남, 융합의 과정을 통하여 그들의 모든 DNA는 서로 혼합한다. 이것이 출생의 초기과정인데 兩父母가 교환하는 유전적 정보의 총량은 同一하다.

유전적 커뮤니케이션의 생물학적인 기능은 種의 進化的 適應을 증가시킴과 동시에 進化를 일으키는 原動力이며, 자연도태를 가져오는 무한한 유전적 변이의 ㅅ스(source)를 제공하는 일이다. 수평적 유전과 세포간 커뮤니케이션은 種間 번식을 통하여 끊임없이 이루어지고 있다. 따라서 適應에 영향을 미칠 만한 어떠한 환경적 변화가 발생할 경우 여러 다양한 Type중에서 변화된 상태에 적응하여 未來의 생활에 번성할 수 있는 것만이 생존하고 그밖의 것은 자연도태를 당한다.

生物學者들이 進化를 커뮤니케이션 차단에서 비롯되는 것이라고 보는 見解¹²⁾가 시사하는 바도 유기체의 유전적 커뮤니케이션이 얼마나 중요한가 하는 점이며 이 유전적 커뮤니케이션은 자웅이체의 동물인 경우 2個體에서 발생한다.

(3) 神經的 커뮤니케이션(nervous communication)

神經的 커뮤니케이션은 多細胞動物이 가지고 있는 神經細胞 또는 뉴론(neron)이라고 하는 특수세포에 의하여 이루어진다. 代謝的 情報의 커뮤니케이션이 일어나는 生理的 期間은 遺傳的 情報의 커뮤니케이션이 일어나는 진화적 기간보다 훨씬 짧지만 신경적 정보의 커뮤니케이션은 이것들 보다 훨씬 빨라 수천분의 1抄밖에 안 걸린다. 신경이 수행하는 신경적 정보 커뮤니케이션의 生物學的 기능은 동물의 行動은 말할 것도 없고 一般的인 자극←→반응을 생산하는 것이다. 이 신경계는 3부분으로 나누어 진다. 외부 환경정보를 받아들이는 感受器(receptor)와 받아들인 정보를 처리하여 반응으로 내보내는 效果器(effector), 그리고 感受器와 效果器를 연결하는 부분으로 나누어지고 있는데 신경세포의 가장 중요한 특징은 經驗으로부터 學習할 수 있다는 점이다.

이 기능은 인간으로 하여금 커뮤니케이션의 습성을 발달시킬 수 있게 한 요소로 Mac-Luhan이 Media를 감각기관의 확장이라고 표현할 만큼 신경의 學習能力은 人間의 生物學的 地位를 最上으로 올려놓았다.

이상과 같은 커뮤니케이션의 3相은 그것이 이루어질 수 있는 차원에서 볼 때 metabolic communication은 個體內 커뮤니케이션이고, genetic communication은 個體間커뮤니케이션인데 그 意義는 生物學的인 교환에 한하며 nervous communication은 體內·외의 커뮤니케이션을 한다고 할 수 있다.

一般的으로 커뮤니케이션이라고 하면 個體間의 의사전달 과정인 Nervous Communication만을 가리켰다. 이러한 견해는 학문이 발달하면서 그 범위를 生物의 體內 커뮤니케이션과정까지로 확대시켜왔지만 커뮤니케이션의 意義는 역시 神經에 의한 個體間 커뮤니케이션에서 찾아지고 있다.

이 個體間 커뮤니케이션에 의하여 人間은 社會化될 수 있으며 社會生活을 영위할 수 있다고 하더라도 그것은 이미 代謝的 커뮤니케이션과 遺傳的 커뮤니케이션을 前提로 한 것임을 유의할 필요가 있다.

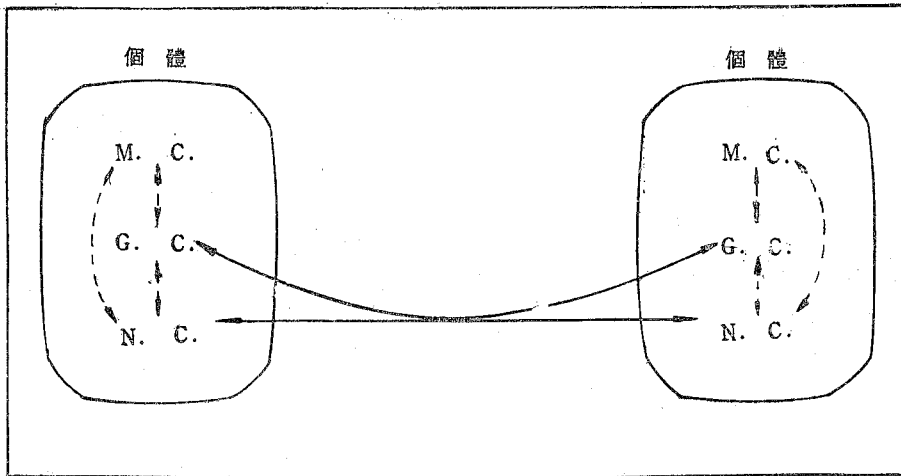
이러한 前提는 커뮤니케이션의 個體가 數學的 1人이라는 점에 대해서 회의를 갖게 한다.

(나) 分子的 個體

앞에서 살펴본 커뮤니케이션 3相을 中心으로 상호관계는 아래 도표와 같이 요약하여 볼 수 있다.

12) Edward O. Wilson, Animal Communication, Scientific American, 1972, 9, pp. 54-55.

<커뮤니케이션 3相 관계>



M. C.=metabolic communication
 G. C.=genetic communication
 N. C.=nervous communication

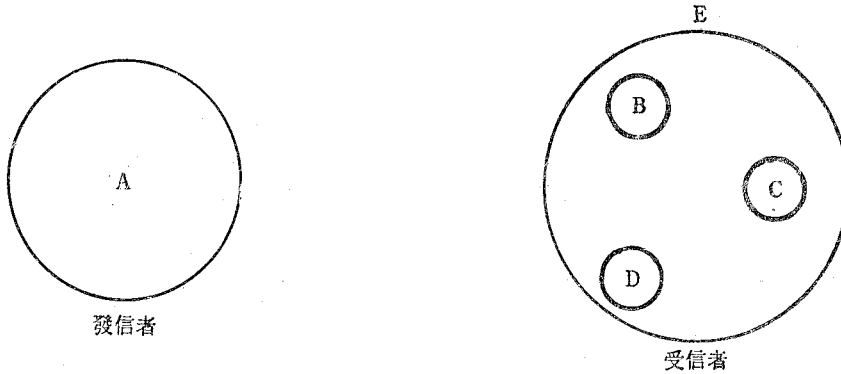
위 그림은 人間을 中心으로 作成한 것인데 metabolic communication은 個體內에서 이루어지는 生物學的인 作用이고 genetic communication은 個體 하나로서는 이루어질 수 없고 二個體(암·수)사이에서만 생물학적으로 이루어지는 커뮤니케이션인데 神經的 커뮤니케이션의 도움을 얻어 일어난다고 생각된다. 왜냐하면 神經的 커뮤니케이션에 의해서만 他個體의 存在를 인식할 수 있기 때문이다. 따라서 生物學者들이 커뮤니케이션에 의해서 진화가 이루어진다고 주장하는 것은 커뮤니케이션學에서 볼 때 妥當性이 있다.

한편 神經的 커뮤니케이션은 一個體로서는 不完全하고 二個體간에서만 커뮤니케이션이 완전하다. 따라서 수학적인 측면에서 보면 代謝的 커뮤니케이션=1, 遺傳的 커뮤니케이션=2, 神經的 커뮤니케이션=2라고 할 수 있다.

이에 의하면 一個體가 어느 경우에 있어서나 커뮤니케이션의 單位라는 見解에 회의를 갖게 하여 새로운 分子的 個體概念이 필요함을 낳고 있다. 즉 커뮤니케이션의 分子的 個體 개념은 바로 이러한 모순을 극복할 수 있어야 하는데 이럴 경우 個體의 개념은 「집합적인 하나」의 假說이 필요하게 된다. 즉 發信者는 커뮤니케이션을 하게 되는 경우에는 반드시 一個體가 二個體化된다는 것이다.

이와 같은 假說을 이해하기 위하여 우리는 커뮤니케이션의 상황을 고찰할 필요가 생긴다. 종래의 개념에 의하면 personal communication이건 mass communication이건 間에 發信者對 受信者의 對比는 1:1, 1:多數, 多數:1, 多數:多數 中の 하나였다. 그러나 分子的 個體概念에서는 이것을 否定하고 항상 發信者對 受信者=1:1이라고 보는 것이다. 다시 말하면 發信者는 受信者가 한 사람이건 두 사람이건 그 個體數와는 상관없이 하나의 受信

者라는 집합적 개념으로 변화되어 1:1의 형식을 취한다고 보는 것이다.



즉 위 그림에서 보는 바와 같이 A라는 발신자가 B, C, D라는 사람들과 함께 있으면서 그 중에서 B라는 사람과 커뮤니케이션 하고자 할 경우 C, D라는 사람은 A라는 發信者의 직접적인 受信者는 아니지만 數學的으로 B, C, D는 E라는 집단개념으로 되어 A의 커뮤니케이션 쓰스가 될뿐만 아니라 B로 하여금 E라는 집단속의 B가 되게 만들어 A라는 發信者는 B라는 受信者와 순수하게 직접적으로 커뮤니케이션 하지 못하고 E라는 집단을 통하여 B에게 커뮤니케이션 한다는 것이다. 따라서 分子의 個體概念下에서는 受信者는 message의 終末장치로 변한다고 보고 이때의 형식적인 직접 受信者는 集團概念이 된다고 보는 것이다.

위의 설명은 개인이 어느 집단내에 있는 특정인에게 하는 커뮤니케이션의 예이지만 커뮤니케이션 과정속에서 개인이 처할 수 있는 경우를 다음과 같이 나누어 설명할 수 있다. 즉 집단속의 어느 특정인에게 의사전달을 하고자 할때는 집단개념이 차지하는 비중이 작아서 2차 커뮤니케이션이 개인적이거나 적어지지만, 의사 전달의 대상자가 집단속의 어느 一特定人이 아니고 집단전체일 경우에는 집합개념이 1차 수신자가 되어 집단속 개인간에 2차 커뮤니케이션이 공개적이고 강하게 일어난다. 이와 같은 論理는 개인이 分子의 個體라는 前提에 의해서만 가능하다.

다음은 一個人이 어떻게 커뮤니케이션 할때 分子의 個體로 변하는가?가 설명되어야 할 것이다.

社會化에서의 一般화된 他者개념이 커뮤니케이션에서는 發信者와 受信者에게 分子의 個體로 변하게 한다고 보는 것이다. 즉 發信者는 受信者를 一般화된 他者로 자기의 內面에 끌어들여 分子화된다는 假定이다. 이것은 수신자가 多數일 때도 그렇고 mass media가 수신자와 발신자사이에 介在하는 매스 커뮤니케이션의 경우에도 同一하다. 社會속에서의人間은 $1+1+1=3\alpha$ 가 된다고 社會學에서는 보고 있으나 커뮤니케이션 과정에서는 3α 가 다시 1β 가 된다고 보는 것이다. β 는 집단이 주축이 되어 受信者나 發信者에게 영향을 미치는 變因의 총체라고 보고 1은 집단개념의 1로서 일정하므로 β 에 큰 영향을 받는다. β

가 어떻게 구성되느냐에 따라서 發信者와 受信者 사이에 흐르는 message는 牽引, 反撥, 無關心의 성격을 효과면에서 유말하게 되겠기 때문이다.

이와 같은 分子的 個體개념을 가설로써 定하고 發信者, 受容者 및 效果에 대하여 좀더 구체적으로 고찰해 보자.

4. 試論의 展開

(가) 發 信 者

어떠한 目的이나 機能을 達成 또는 遂行하기 위하여 메시지를 考案해서 그것을 媒體를 통하여 受容者에게 전달해서 效果(目的 및 기능의 遂行達成)를 유말시키는 主體 즉 個人 및 組織을 커뮤니케이터(communicator)라 할 수 있다.¹³⁾

이러한 커뮤니케이터를 Schramm은 ① 口頭媒體를 주로 사용하여 對人커뮤니케이션을 하는 個人으로서의 커뮤니케이터와 ② 매스 미디어를 통하여 專門的으로 커뮤니케이션 행동을 하는 매스 커뮤니케이터로 나누어서 설명하고 있다. 즉 前者를 個人으로서의 커뮤니케이터라 한다면 後者는 個人이 모인 組織體로서의 커뮤니케이터인 것이다.

커뮤니케이터를 分子的 個體概念으로 고찰하면 다음과 같다.

(ㄱ) 一人으로 구성되는 커뮤니케이터

이 경우는 우리가 흔히 말하고 듣는 日常의 個人的 커뮤니케이션이다. A와 B가 돌이서 말을 주고 받거나 혼자서 여러사람을 對象으로 말을 하는 경우이다. 1人으로서의 커뮤니케이터는 分子的 個體가 되기 위하여 內面에 습득되어져 있는 “一般화된 他者”를 partner로 活性化시켜 分子的 커뮤니케이터로 된다고 본다. 따라서 커뮤니케이터의 內面에 간직하고 있는 一般화된 他者는 상황마다 個人마다 달라져서 同一한 意味를 同一한 상대방에게 전할 수 없다고 보는 것이며 美國社會에 태어난 어린이가 한국에 왔다고 했을 때 그가 內面에 체득한 “一般화된 他者”의 역할에 의하여 완전한 커뮤니케이션을 할 수 없다고 보는 것이다. 생물학적인 구조에 의하면 별로 다른 것이 없어 한국어나 영어를 다같이 구사할 수 있음에도 불구하고 어느 한 쪽에서 다른 쪽으로 옮겨 가 생활하는 경우에는 언어의 완전습득이 불가능하다는 것 등이 바로 一個體로서 커뮤니케이터가 되는 것이 아님을 암시하여 주는 예가 된다. 특히 언어학적인 면에서 자연환경이 다르다는 이유만으로 方言이 형성되고 있음도 이의 좋은 예라 할 수 있다.

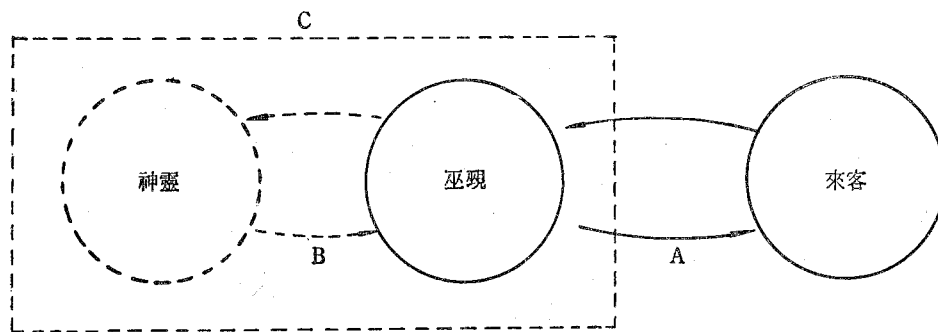
個人이 혼자서 하는 독백이라든가 명상은 종래의 個體개념으로는 설명이 완전할 수 없다. 그러나 分子的 개념으로는 설명이 가능할데 독백이나 명상은 個體와 個體內의 一般화된 他

13) 車培根, 커뮤니케이션學 概論(서울, 世英社, 1976) p. 211.

者 사이의 커뮤니케이션이라고 볼 수 있기 때문이다. 꿈속에서의對話도 꿈을 꾸는 자와 內面에 있는 一般化된 他者간의 커뮤니케이션인 것이다. 따라서 꿈의 커뮤니케이션은 다분히 心理學的 性格을 띠게 된다.

巫俗에서 행해지고 있는 커뮤니케이션도 꿈의 커뮤니케이션과 비슷한 과정을 거친다.

巫俗社會의 사람들은 神靈과의 커뮤니케이션을 媒介體를 통하여 실행하는데 특히 巫覡을 媒介로 하는 경우에는 巫覡이 實體이나 보이지 않는 神이 傳達者요 巫覡은 虛像에 불과하다고 생각하고 있다.



- ① 絲線은 직접적인 커뮤니케이션이다.
- ② 點線은 간접적인 커뮤니케이션이다.
- ③ A : 巫覡과 來客과의 personal communication
B : 神과 巫覡과의 communication
C : 神과 來客과의 communication
- ④ 神 : communicator
巫覡 : media
來客 : receiver¹⁴⁾

巫俗에서의 커뮤니케이션이 巫覡을 통하여 이루어지고 있으면서도 來客은 巫覡과 커뮤니케이션한다고 생각하지 않고 神과 對話하고 있다고 생각하는 것도 來客의 內面에 자리잡고 있는 一般化된 他者가 神으로 代置되어 나타나는 커뮤니케이션이라 할 수 있다.

어쨌든 人間은 個體로서 커뮤니케이터가 되는 것이 아니고 一般化된 他者와 더불어 分子의 個體로 되어 커뮤니케이터가 되기 때문에 커뮤니케이터는 分子의 個體로서 파악해야 할 것이다.

(L) 多數人으로 구성되는 커뮤니케이터

이 경우는 여러 사람이 커뮤니케이터가 될 수 있다고 보는 見解로서 데모라든가 시위 등이 여기에 속한다.

예를 들어 데모군중이 “부가가치세를 철폐하라”는 구호를 외치며 市街行進을 한다고 할 경우 커뮤니케이터는 누가 될 것인가?

군중속의 個個人이 모두가 커뮤니케이터라고 할 수 없다. 이런 경우에 個個人은 集合概

14) 金吉坤, 커뮤니케이션側面에서의 韓國巫俗研究, 서울大 大學院, 碩士學位論文, 1977, pp. 48-50.

念에 의하여 군중으로 表出되고 이 群衆이 커뮤니케이터로 된다. 따라서 시위를 구경한 사람이나 뉴스를 전해들은 사람은 “부가가치세를 철폐하라”고 한 것은 군중이라고 말하지, 군중속의 어느 누구라고 말하지 않는다.

流言蜚語처럼 커뮤니케이터가 斷絶되어 多數의 個人을 떠도는 커뮤니케이션도 分子的 個體를 인정하는 좋은 예이다. 流言蜚語는 커뮤니케이터가 不分明하고 수신자도 불분명하지만 그 流通은 分子的 個體의 개념을 가지고서만 설명이 가능해진다. 즉 유언비어는 一般化된 他者 사이의 communication이 주된 작용요인이라 생각되기 때문이다.

이러한 커뮤니케이션이 체계적이고 어떤 규칙에 의하여 일어날 때 조직커뮤니케이션으로 발전되는데 제도, 관습, 도덕, 법률 등은 多數人을 分子的 커뮤니케이터로 전환시키는데 보조적 도구 역할을 하는 것이라 생각된다.

(二) 組織으로서의 커뮤니케이터

組織으로서의 커뮤니케이터는 매스 커뮤니케이션 活動을 담당하는 매스 미디어 자체 즉 言論機關, 廣告 및 PR組織體, 出版社, 教育機關 등이 이에 속한다고 볼 수 있다. 이러한 단체들은 組織의 형태로 기능을 수행하는데 조직이란 ① 어떤 目的을 달성하기 위하여 ② 둘 이상의 사람들이 모여서 ③ 사전에 계획된 調整體制(成員 相互間의 構成 또는 패턴)에 따라 ④ 個人들의 활동이나 힘을 통합, 組織化해 나가는 ⑤ 비교적 장기간 지속되는 ⑥ 人間들의 集團 또는 集合體라고 정의할 수 있다.

組織에 있어서 커뮤니케이터는 組織員 個個人이 되는 것이 아니고 조직이 곧 커뮤니케이터가 된다고 보아야 한다.

신문을 예로 든다면 누가 記事를 수집하고 조판을 짜며 해설하느냐가 중요한 것이 아니고 이들이 모여서 이룬 집단적인 개념으로서의 신문사가 중요한 커뮤니케이터로 등장된다. 즉 조직을 구성하는 個人이 커뮤니케이터로 등장하지 못하고 조직내부의 과정적 커뮤니케이터로 전락되고 마는 것이다.

조직은 결국 人間을 이용한 人間の 擴張 노력의 산물이라 볼 수 밖에 없다.

(나) 受容者

受容者の 研究에서 個人의 研究는 극히 적었고 대부분이 산업사회의 Mass에 대해서만 관심을 기울여 왔던 것이 이제까지의 연구경향이었다.

mass의 原相은 무엇인가, 個人과는 어떤 관계에 있는가?에 대한 답을 얻기 위해서는 이제까지 학자들간에서 논의 되었던 바를 살펴보는 것이 큰 도움을 줄 것이다.

個人의 특징은 행동주체와 自由의지가 一體化되고 있다는 점이다. 그런데 個人이 모여서 社會生活하는 과정에서 個人에 의하여 형성되는 생활반경은 인구가 증가함에 따라 상대적으로 줄어들어 가는 것이 사실이다. 매스 미디어의 도움을 얻어 이러한 어려움을 극복하여 사회

전체에 人間의 커뮤니케이션 능력을 확대시켜 형성되는 個體群이 Mass인 것이다. 따라서 이 메스에 대한 개념도 各樣各色이다.¹⁵⁾ 美國의 社會學者 부르머는 mass의 특징으로 ① 構成이 異質의이고 ② 匿名이며 ③ 서로 空間的으로 分散되어 있고 ④ 확실한 指導層이 없고 組織이 없으며 설사 있다하더라도 아주 희미한 것에 불과하다¹⁶⁾고 한다. 그에 의하면 매스란 異質의인 成員들의 群衆이기 때문에 매스의 관심대상은 그 구성원들의 현실생활의 外廓에 있는 어떤 것일 수 밖에 없다는 것이다. 매스 행동에서의 個別的인 行動路線은 새로운 것들——商品, 書籍, 演劇, 政綱, 流行, 思想 따위——을 선택하는 형식을 통해 나타난다고 한다.

이러한 개념은 Maletzke에 이르러 더욱 발전하여 그는 現實生活에서 매스 커뮤니케이션 내용뿐만 아니라 무수히 얽혀있는 직접적 커뮤니케이션의 內容에 접하고 있다는 사실과 또 하나는 소속 집단의 成員으로써 그 집단 규범의 영향을 받고 있다고 말한다.¹⁷⁾

이와 같은 mass의 原相속에서 個人은 생산보다는 소비에서 직접적인 영향을 미치고 있다고 한다.

커뮤니케이션 수용자도 그 社會의 成員으로써 相互作用속에서 개념이 규정되고 있는데 커뮤니케이터와 마찬가지로 수용자의 구성이 一人이나, 多數人이나, 아니면 조직이냐로 나누어 볼 수 있다.

이것은 個人과 mass간의 수학적 관계를 커뮤니케이션學的으로 해석하는 시도이기도 하다.

(7) 一個人으로 構成되는 受容者

一個人으로 구성되는 受容者도 個人으로 구성되는 커뮤니케이터와 마찬가지로 一般化된 他者と 결합하여 分子的 受容者가 되어 message를 받아 들인다. 이와 같은 一般化된 他者는 커뮤니케이션 과정에서 內面에 있는 虛像이어서 인식되지 않고 있으나 多數人인 경우에는 간접적으로 表出된다.

現代 大衆社會에서 대두되고 있는 “고독한 군중”이나 “소외감”, “불안감” 등이 이러한 表出의 일부이며 커뮤니케이션 소비자로서의 소외감이 또한 집단에서는 발생하기 쉽다. 신문이나 라디오, T.V 등 모든 대중 매체는 이러한 커뮤니케이션 소외 현상을 줄여가고 있지만 mass media에 의한 소비는 個人으로 하여금 發表의 기회를 봉쇄함으로써 소외감은 증대된다. 따라서 個人은 大衆속에서도 고독을 느끼게 되고 이 고독을 탈피하기 위해 언어적 커뮤니케이션에서 몸의 언어(body language)의 표현으로 몰고 가면서 分子的 個體의 회복

15) 崔鍾洙, 매스컴 受容者의 性格, 新聞과 放送, 韓國新聞研究所, No. 72, 1976, 11, pp. 93-95.

16) Herbert Blumer, The Crowd, the public, and the mass, in Alfred M. Lee (ed.) New Outline of the Principles of Sociology, Barnes & Noble Co., 1946, p. 373.

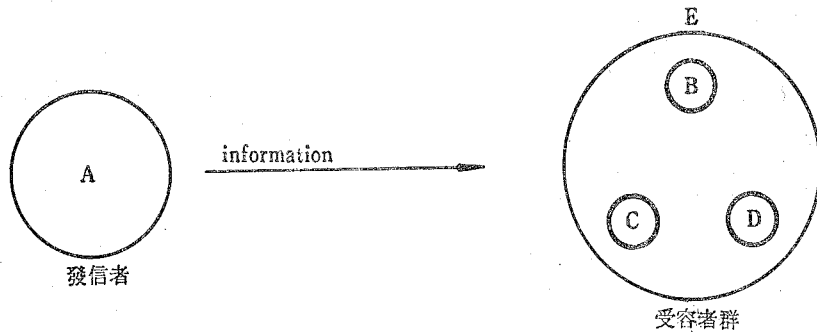
17) Gerhard Maletzke, Psychologie der Massen Kommunikation, 朴有鳳, 金鎭洪(共譯), 매스커뮤니케이션 心理學, 法文社, pp. 99-107.

을 갈구하고 있는 것이다.

즉 一人으로서 구성되는 分子的 개체의 수용자는 커뮤니케이션의 과정에서 分子的 個體로 變함과 동시에 적절한 기회에 커뮤니케이터로 전환할 준비를 갖추고 있는 것이다.

(L) 多數로 構成되는 受容者

多數로 구성된 受容者의 개념은 受容者群의 個體들이 따로 따로 수용자가 되거나 Bauer의 개념처럼 상호 작용하는 個體로 존재하는 것이 아니라 集團이 受容者가 되어 커뮤니케이터로부터 받아들이면 集團內에 있는 각 個體는 여기에서 다시 전달받는다는 것이다.



A라는 發信者로부터 information이 B,C,D라는 受容者群으로 보내질때 B,C,D라는 受容者는 각각 A로부터 information을 받아들이는 것이 아니고 B,C,D가 합하여 이룬 受容者群 즉 E라는 수용자가 되어 information을 받아 들인 다음에 E라는 집단에서 information이 다시 전달되는 2차적인 커뮤니케이션이 일어나는 것이다. 즉 예를 들어 대통령이 전국민을 대상으로 “남북회담”에 관한 특별성명을 TV, 라디오, 신문을 통해 발표할 경우 대통령은 전국민을 하나의 수용자로 보고 information을 보내게 되고 국민들은 자기들에게 보내진 information을 각자가 소비하는 과정에서 受容者 상호간에 이에 대한 의견을 진술한다거나 opinion leader를 찾아가 이의 가치적 문제를 의논한다거나 하는 성원간의 2차적 커뮤니케이션이 유발된다고 보는 것이다.

강의실에서 학생을 對象으로 강의를 할 경우에도 교수는 “학생집단”이라는 집합개념으로 형성된 1分子的 수용자에게 강의하게 되는 것이어서 학생이라는 수용자집단에 보내진 information을 다시 학생 각자는 소비하게 된다. 따라서 지능이 높고 공부를 잘하는 학생은 교수의 information을 잘 받아 들이게 되는데 지능이 낮거나 학습준비가 잘 되어 있지 못한 학생은 2차적 소비단계에서 소외당한다고 보는 것이다.

不特定多數人을 對象으로 하지않고 多數속의 特定人을 對象으로 의사전달을 하는 경우에는 多數가 特定人의 一般화된 他者로 변하여 영향력이 작아져서 대부분의 경우 정보흐름은 一段階 type을 취하게 된다. 수용자가 조직보다는 非組織에, 非組織보다는 一人으로 구성되는 커뮤니케이션과정에 참여할때 커뮤니케이션 능률이 높은 이유가 바로 2차 커뮤니케이션

과 1차커뮤니케이션이 同一化 내지는 유사한 상태에 놓이므로써 커뮤니케이션의 장애를 최소화 할 수 있기 때문이다.

(ㄷ) 組織으로서의 受容者

組織으로서의 受容者개념은 多數로 구성된 집단受容者의 특수 형태라 할 수 있다.

個人은 어떠한 目的에 의해서진 조직에 加入하게 되면 個人으로서의 受容者가 되지 못하고 組織의 一構成員이라는 조건을 부여받게 된다.

조직은 個人을 부정하는 정도가 강하며 조직의 목적달성을 위해 존재하는 수단을 규율이나 집단규범으로 설정하므로써 집단과 집단간의 커뮤니케이션은 硬直化되기 쉽고 철저하게 자기 집단내의 구성원을 수용자에서 information 終末者로 전환을 강요한다.

매스 커뮤니케이션 조직을 예로 들어 보면 신문사의 경우 각 구성원은 受容者의 위치에서 기사를 수집하고 신문사라는 집단적 發신자의 分子的 속성에 個人的 수용자는 집단적 發신자로 되기 위해 客觀性이나 一般화된 他者로 轉化되고 있는 것이다. 따라서 조직 수용자속의 개인은 개인적으로 수용자나 發신자가 되는 것을 최대한으로 억압당하고 있다고 할 수 있다.

따라서 情報의 二段階흐름이나 多段階흐름 현상은 대부분 公的인 內容의 不特定多數人을 對象으로 하는 경우에 많이 일어나게 되며 여기에는 커뮤니케이션 흐름의 한계가 설정된다.

이 설정이야 말로 커뮤니케이션생산과 소비, 축적이 社會에 따라 달라지고 發展의 지연, 후퇴 및 불연속의 원인이 되고 있는 것이다. 오늘날의 mass communication 현상은 정보의 흐름, 효과이외에 사회철학적인 이 한계성의 규명에 관심을 가져야 할 것이다.

즉 인간의 커뮤니케이션은 사회 스스로의 속성에 의하여 그 기능이 차이를 가져오기 때문이다.

(다) 效 果

學者에 따라 效果에 대한 개념이나 定義는 다르다. 클래퍼(Klapper)는 “대체로 미디어가 존재하는 結果로서 생기는 것, 또는 讀書, 聽取, 視聽의 結果로서 생기는 모든 것을 미디어의 效果라고 해도 좋을 것이다”¹⁸⁾라고 말하고 있다. 라스웰(Lasswell),¹⁹⁾ 헤드(Head),²⁰⁾ 카츠와 라자스펠드(Katz and Larasfeld),²¹⁾ 마아틴(Martin)²²⁾, 호브랜드(Hovland),²³⁾ 슈람

18) Joseph T. Klapper, “The Comparative Effects of the Various Media,” in Wilbur Schramm (eds.) *The Process and Effects of Mass Communication*(Urbana, Ill. : Univ. of Illinois Press, 1955), p.91.

19) Harold D. Lasswell, “The Value-Institution Analysis of Mass Communication,” Unpublished manuscript presented at the IVth International Sociological Congress, 1959, p. 5.

20) Sidney W. Head, *Broadcasting in America* (Boston : Houghton Mifflin, 1956), pp. 424-425.

21) Eliu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence* (Glencoe, Ill : Free Press, 1955), p. 19.

22) Haward H. Martin, “The Assessmet of Communication Effects,” in Haward H. Martin and Kenneth E. Andersen, *Speech Communication* (Boston: Allyn and Bacon, 1968), p. 278.

23) Carl I. Hovland and Irving L. Janis (eds.), *Personality and Persuasibility* (New Haven: Yale

(Schramm),²⁴⁾ 그리고 말레츠키(Maletzke)²⁵⁾ 등의 諸定義들이 가지고 있는 共同土台는 커뮤니케이션에 의한 受容者 變化라는 것이다.

그러나 클리벤저와 마티우스(J. T. Clevenger and J. Matthews)는 受容者 效果뿐만 아니라 커뮤니케이터에 대한 效果도 열거하고 있다.²⁶⁾ 이들에 의하면 커뮤니케이션은 受容者 나 社會體制뿐만 아니라 커뮤니케이터 자신에도 效果를 미치고 있다는 것이다.

예를들어 커뮤니케이터 자신의 이미지 등이 양양되거나 저하되는 것 등이다.

그런데 분자적 개체 개념의 立場에서 볼 때는 클리벤저와 마티우스의 效果개념을 인정하게 된다.

즉 커뮤니케이션의 效果는 발신자효과와 수용자 효과로 나누어서 고찰해야 되며 이제까지 우리가 생각 해 왔던 수용자 효과 그 이전에 발신자 효과가 먼저 일어난다고 여겨지기 때문이다.

생태학적 커뮤니케이션 效果 { ① 發信者 效果
② 受容者 效果

受容者效果에 대한 연구는 많이 이루어져 왔기 때문에 여기서는 그 언급을 피하고 分子的 個體概念下에서만 노출되는 발신자효과만을 살펴보고자 한다.

〈發信者 效果〉

生物은 外部로부터 자극에 대하여 항상 一定한 상태를 유지하려는 성질을 가지고 있다. 이를 恒常性(homeostasis)이라고 부른다.

生物이 外部의 자극을 받으면 어떠한 형태로든 자극으로 인해 파괴된 체내 긴장을 해소하기 위해 몸전체로 반응한다. 인간이 하고 있는 커뮤니케이션도 이러한 여러 행동중의 하나라는 점을 중시해야 한다.

이러한 관점에서 볼때 커뮤니케이션을 하게 되면 발신자는 體內변화가 어떠한 형태로든 일어나게 된다. 이 발신자 변화는 수용자의 변화에 앞서 일어나는 것으로 效果를 변화라는 말로 대치시킨다면 發信者效果는 第1次效果가 되고 受容者效果는 第二次效果가 된다고 할 수 있다.

왜냐하면 受容者效果는 受信者의 상태를 안정되고 발전된 상태를 유지하려는 발신자 행동의 여러 行態中 커뮤니케이션의 반작용에 의하여 나타나는 결과이기 때문이다. 이와같은

University Press, 1959), pp. 1-28.

24) Wilbur Schramm, *Men, Message and Media: A Look at Human Communication* (New York, Harper and Row, 1973), p. 192.

25) Gerhard Maletzke, *Psychologie der Massen Kommunikation: Theorie und Systematik*, 朴有鳳外 1人 共譯, (서울: 法文社, 1976), p. 247.

26) Theodore Clevenger, Jr. and Jack Matthews, *The Speech Communication Process* (Glenview, Ill.: Scott, Foresman and Co., 1971), pp. 138-159.

効果面에서 動物과 人間이 다른 점이 있다면 動物은 發信者效果에만 집착하는데 비하여 人間은 受容者 效果에 중점을 두고 있다는 점이다.

人間의 커뮤니케이션은 外部자극에 대한 긴장을 流出 또는 流入하기 위한 여러 행동중의 한가지이기 때문에 言語的 커뮤니케이션도 자극의 강도나 성질에 따라 영향을 받는다.

外部的인 자극이 時間的으로 길고 신경조직이 強度에 견딜 수 있는 정도는 言語的 커뮤니케이션을 사용하나 言語로 流出할 수 있는 한계를 넘어서면 非言語的인 울음과 웃음으로 해결하고 이보다 더 강한 경우에는 울음이나 웃음도 없어지는 경악이나 졸도의 상태로 돌입하게 된다.

刺戟 表出의 順序

非 表 出	言 語 表 出	非 言 語 表 出	非 表 出
-------	---------	-----------	-------

이처럼 發信者가 커뮤니케이션을 함으로써 받는 변화를 發信者 效果라 하는데 發信者는 커뮤니케이션을 함으로써 자극의 流入과 流出을 일정하게 유지하려고 한다.

예를들어 아무도 없는데 고향을 질러 스트레스를 해소한다든가 울적한 사람이 노래를 부름으로써 기분이 전환되는 경우, 불안해 하는 사람이 他人과 말을 많이 주고 받는다든가, 弱者가 불평불만을 함으로써 內部에 생긴 갈등을 해소하는 경우, 對話를 통하여 정보를 얻으려는 행위 및 긴박한 사태에 대한 경악의 소리 등 모두가 發信者效果에 속하는 것들이다.

한편 행동과 커뮤니케이션간의 不一致로부터 많은 갈등이 조성되는데 이러한 不一致는 발신자 효과를 인정하지 않을 때 그 규명에 큰 어려움을 겪게된다. 따라서 우리가 흔히 말하는 大義名分이라는 것도 사실은 발신자의 변화를 거부하는 데서 오는 것이고 거짓말을 하거나 이를 합리화시키기 위하여 또다른 거짓말을 하게 되는 등 行態의 非實在의 현상을 낳는다.

이와 같은 一面은 政治 및 經濟에서 일반적으로 두드러지나 社會全般의 變化는 발신자 변화 즉 효과를 설정할 때 현상규명에 있어 合理的으로 접근할 수 있을 것이다. 따라서 이러한 발신자의 효과연구는 커뮤니케이션學뿐만이 아니라 社會學, 心理學, 政治學 등에서도 대단히 중요하다.

行態의 교정, 공장에서 생산의 증가, 학교에서 학습능력 상승, 정치적인 목적에서 국민의 총화단결 및 공공적인 여론의 조작 등 집단 및 개인의 효과증대를 위하여 受容者統制 및 message의 조작을 넘어서서 근본적인 면에서 발신자 효과를 control함으로써 기대하는 목적을 달성시킬 수 있다고 보는 것이다.

경우에 따라서는 수용자 효과 통제보다도 發信者 效果통제가 더욱 중요하게 여겨질 수도 있을 것이다.

5. 끝맺는 말

커뮤니케이션의 分子的 個體論 導入문제는 여러가지 面에서 그 시도가 요망된다. 아직까지도 이론적인 面에서 커뮤니케이션을 규정할 틀들이 불투명하고 현상적인 社會的 結果를 설명하기 어려운 점이 존재하기 때문이다.

本稿의 試論은 어디까지나 현상학적인 커뮤니케이션의 분석을 보다 실체에 가깝게 하기 위한 에세이式的 서술이어서 하나의 문제제기에 불과할 뿐 실증적 검토를 하지 않은 것임을 밝혀 둔다.

그러나 分子的 個體概念의 도입이 커뮤니케이션 연구에 도움이 되는 도구로 사용될 수 있는 가능성은 常存한다고 보여진다.