

‘노점상’ 관련 보도에서 나타난 언론의 공간인식 분석

엄정윤*

(고려대학교 언론학부 대학원 박사과정)

김승현**

(고려대학교 언론학부 교수)

최근 ‘디자인 서울’을 중심으로 확대되고 있는 도시 미관 개선 사업은 한마디로 공간의 상품화를 현격하게 드러내는 현상이라고 말할 수 있을 것이다. 노점상 철거나 정비사업들을 추동하는 공간 인식은 산업이 예술화되고 예술이 산업화되는 후기자본주의 사회의 특징과 이를 통해 부르주아 주체성, 즉 심미성을 획득하게 되는 주체 구성 방식, 그리고 그러한 미학적 인식이 곧 정치적인 것이 되어버리는 상품화된 사회의 맥락에서 비롯된다고 볼 수 있다. ‘노점상’ 관련 보도를 통해 살펴본 우리나라 언론 보도의 공간인식은 크게 두 가지로 대비되는데, 그 중 하나는 노점 공간의 주체를 정부, 소비적 주체로서의 시민, 합법 노점상 등으로 인식하여 각 도시마다 경쟁적으로 시행되고 있는 도시 미관 개선 사업들의 긍정적 효과를 강조하고, 이러한 담론들을 통해서 도시 공간을 소비적 주체, 미학적 주체의 공간으로 구성하는 보도양식을 보여주는 것이다. 또 다른 보도양식은 노점상인들의 공간 전유를 강조하고 노점상이 노점 공간의 주체임을 인정하는 것으로서, 노점 공간이라는 자본주의의 모순적, 갈등적 공간 성격을 드러내는 담론이다. 노점상 관련 보도 담론들의 차이에 대한 분석은 바로 이러한 자본주의 공간의 모순성을 짚어보고, 보다 총체적인 공간인식을 요구하는 지점에서 시작된 것이다.

key words : 공간, 노점상, 담론분석, 모순, 상품화, 소비적 주체

* sssamzi@naver.com

** shykim@korea.ac.kr, 교신저자

1. 들어가는 말

거리의 보도블록, 가드레일, 녹지대 등 공공시설물의 디자인을 통합하고, 거리마다 특색을 갖추도록 지하수를 이용한 물길을 조성하며 분수와 연못, 모뉴먼트 등을 세우는 디자인 거리 조성 사업은 노점 공간의 제거 및 정비를 요구한다. 적어도 공공디자인 사업을 보도하는 언론의 시각은 ‘걷고 싶은 거리’, ‘관광 테마 거리’, ‘문화의 거리’가 탄생하기 위해서 노점 공간의 전략적 정비가 필수적이라는 점을 내세우고 있다. 그리고 이들 주류 언론보도가 제시하는 노점 공간 정비사업의 당위성은 성형외과적 처방과 별반 다르지 않다는 점을 관찰할 수 있다. 즉, 개인의 상품화가 가장 극단적으로 나타나는 현상이 성형 붐이라면, 최근 ‘디자인서울’ 슬로건을 시작으로 전국에 확대되고 있는 도시 미관 개선 사업은 한마디로 공간의 상품화를 현격하게 드러내는 현상이라고 말할 수 있을 것이다. 도시 공간에 ‘명품’이라는 수식어까지 동원되어 ‘명품 거리’라는 활자가 언론 지면에 빈번하게 새겨지는 현상 또한 오늘날의 공간 미학에 대한 관심이 상품성과 밀접한 관계가 있다는 점을 반영한다고 볼 수 있다. 르페브르(Henri Lefebvre)가 제시한 ‘공간이 곧 상품’이라는 명제는 이처럼 자본주의의 진화에 따라 재배치된 인간 삶의 양상을 압축하여 표현한 말이다(1995, 30쪽). 특히 노점상과 같은 자본주의 사회의 모순적 공간을 분석하는 것은 공간이 상품화되는 과정과 공간의 미학적 측면에 대한 편향성이 함께 포개어지는 현상을 들추어내는 작업이라고 할 수 있을 것이다.

사실, 노점 공간의 모순성은 노점상을 정의하는 것조차 간단하지 않다는 점에서도 나타난다. 일반적으로 노점상은 공공장소 특히 도로에서 상품이나 서비스를 판매하는 경제활동을 통칭하는데, 노점상이라는 공간은 다양한 형태를 취하고 있어 하나의 공통적 기준으로 구분하기도 어려울 뿐만 아니라, 규제나 정책 또한 모호한 경우가 많다(김수현, 2001). 또한, 노점상에 대한 법률적 정의와 저소득층의 생계보호 효과라는 사회 정책적 요소가 대치되는 부분이 존재하며, 일종의 관행적 시장으로 자리 잡은 경우도 있기 때문에 노점상이야말로 확실적인 기준과 원칙으로 관리한다는 것이 쉽지 않은 대상이다. 게다가, 노점상을 둘러싼 사회적 관계의 핵심은 바로 행정과 노점상 간의 관계인데, 노점상의 법적 지위가 ‘불법적 실체’이므로 노점상의 실재 기능, 역할, 관계 등이 존재함에도 불구하고 존재하지 않는 것으로 간주되는 상황이다. 이것이 의미하는 것은 노점상을 통칭하여 ‘불법노점’으로 명명하고 도시 정책적 관리대상으로 규정해버리는 도시 행정 권력과 도시 가로경제의 한 부분을 담당하면서 저소득층의 자구적 생계보호 수단으로 존재하는 노점상 내재적 속성 간의 모순된 현실이다. 이처럼 노점상의 존재론적 모순성을 고려해 볼 때, ‘과연 언론이라는 현대사회의 가장 핵심적인 재현 매체가 노점상 공간의 모순을 어떻게 인식하고 재현해내는가’에 대한 문제제기가 가능할 것이며, 이를 통해서 언론 공간인식의 한 단면을 살펴볼 수 있을 것이다. 이러한 관심은 도시 공간 성형을 추동하는 언론 보도의 공간에 대한 인식론적 전제들을 살펴보고, 그러한 공간 인식이 노점상 관련 보도에 결합되는 지점들을 짚어보는 것으로 표출될 수 있다. 이에 덧붙여 미디어의 막강한 지배를 받고 있는 현실에서 미디어의 재현 체계가 사회정의와 부합될 수 있는 방향 혹은 노점 공간처럼 도시사회에서 부유하는 모순적 공간이 생존할 수 있는 방향에 대해 모색해 볼 필

요성도 있을 것이다.

따라서 본 논문은 언론의 노점상에 대한 공간 인식을 살펴보고, 그 의미를 해석한다는 연구 주제 아래, 공간 이론의 틀 안에서 다각적으로 노점 공간을 해석하는 데 주력할 것이다. 이것은 노점 공간의 모순적 성격을 기술하거나 대부분의 주류 언론보도에서 나타나는 획일적 공간 인식의 전제들을 읽어내는 작업이 될 것이다. 획일적 공간인식이란 곧 도시 미관 개선을 위해 노점상 철거 및 재정비를 당연한 것으로 여기는 생각으로서, 도시 공간을 주로 미학적 판단에 의존하여 인식하는 것이라고 할 수 있다. 이와 같은 노점 공간 인식에 대한 이론적 수준의 해석을 실제 확인해본다는 의미에서, 동아일보, 중앙일보, 한겨레신문의 노점상 관련 보도의 담론분석을 보충적으로 제시하고자 한다. 본 논문의 주요 논점은 오늘날 우리사회의 공간인식이 주요 보수 언론의 공간인식에 반영된 바대로 노점 공간의 모순적 성격을 외면한 획일성으로 나타난다는 점을 노출시키는 작업에 있으므로, 동아일보와 중앙일보 두 일간지의 보도내용을 모두 살펴보는 것이 주류 언론보도의 편향성을 드러내기 위해 더욱 유의할 것으로 보이며, 이와 같은 보도태도의 일방향성에 대조되는 기사들을 배치함으로써 노점 공간에 대한 획일적 공간 인식이 차지한 공간의 복합적, 모순적 성격을 상기해볼 수 있으리라 생각된다. 이러한 맥락에서 한겨레신문 보도에 대한 담론 분석은 주요 보수 언론 보도의 공간인식에 대한 대조 효과를 위해 추가된 것이라고 말할 수 있겠다. 특히, 두 언론 진영의 보도담론 차이는 그레마스(A. J. Greimas)의 행위소 모델을 통해서 나타나는 노점 공간의 주체 구성 양식 차이에서 발견될 수 있을 것이다. 그리고 그 차이는 예시해 놓은 기사들을 통해 확인할 수 있을 것이다. 노점상 관련 보도에 대한 본 논문의 이론적 논의는 지난 2008년 8월1일자 신문부터 2009년 7월31일자 보도 기사를 바탕으로 기술되었으며, 동아일보와 한겨레 신문 검색은 카인즈(www.kinds.or.kr)를 통해 실행되었고, 중앙일보 기사는 조인스닷컴(www.join.com)에서 검색되었다.

2. 노점상에 대한 공간이론적 해석

1) 공간과 미디어

르페브르가 제시한 공간에 대한 가장 포괄적인 명제 중 하나는 공간이 곧 상품이라는 것이다(1995, 30쪽). 르페브르는 공간이란 현실에서 연관되고 결합된 것들과 더불어 즉각적인 전체로서 주어지는 항상 바로 지금 현재하는 것이며, 공간의 생산과정과 생산품으로서의 공간은 서로 불가분의 관계로서 스스로를 표출하게 된다고 이야기한다(1995, 37쪽). 이와 같은 공간 개념은 공간이 창조되는 과정이자 눈앞에 펼쳐지는 현실적 국면이라는 점을 모두 내포하는 말이며, 특히 자본주의 사회의 재생산 과정과 얽혀있기도 하고 그 모순들을 체현하고 있는가 하면, 재생산 관계를 재현하여 드러내는 그야말로 복잡한 사회적 공간을 지칭하는 말이라고 할 수 있다. 이에 따라서 공간이 재현해내는 생산의 관계에는 권력관계마저도 포섭된다. 이를테면, 르페브르는 가정에 관련된 생물학적 재생산, 노동 계급에 관련된 노동력의 재생산, 생산

의 사회적 관계의 재생산이라는 서로 연관된 수준들이 자본주의를 구성해나갈 때, 공간의 역할과 그 특이성에 대해 관찰할 필요성을 제기한다(1995, 32쪽). 요컨대, 르페브르의 공간 이론은 이념형으로서의 공간이 아니라 사회적 실천의 공간인 동시에 실재하는 공간으로서 공간을 다루게 되는 공간 생산의 역사를 살피는 이론이며, 모든 시대가 자기 나름의 공간을 생산함으로써 유지되어 왔다는 가설을 증명하고자 하는 시도라고 할 수 있다(박영민, 1997, 199쪽). 그리하여 생산과 재생산의 중첩되고 상호 관련된 관계망들의 역동적 작용에 대한 대응으로 르페브르에 의해 제시된 공간의 세 개념 축, 혹은 사회공간 개념의 삼각체제는 ‘공간적 실천 (spatial practice)’, ‘공간의 재현 (representations of space)’, ‘재현의 공간 (representational spaces)’이다(Lefebvre, 1995, 33쪽).

1. 공간적 실천: 공간적 실천은 생산과 재생산 그리고 특정한 지역과 더불어 각각의 사회적 형성을 특징짓는 공간적 성격의 집합체들을 포함한다. 공간적 실천은 지속성과 일정한 수준의 응집을 확보한다. 사회적 공간이라는 점 그리고 주어진 사회의 구성원들이 그 공간과 맺게 되는 관계에 주목해 볼 때, 이 응집은 어느 정도 보장된 수준의 능력과 특정한 수준의 수행을 내포한다.
2. 공간의 재현: 공간의 재현은 생산의 관계에 관련되어 있을 뿐 아니라, 그 관계들이 부과하는 질서와 이에 따른 지식, 기호, 코드, 전면적 관계들에 연관되어 있다.
3. 재현의 공간들: 재현의 공간들은 복잡한 상징들을 구체화하며, 코드화 되어있는 경우도 있고, 코드화 되어있지 않은 공간들도 있다. 또한 재현의 공간들은 사회적 삶의 은밀하고 비밀스러운 측면이나 예술에 연관되어 있기도 하다(궁극적으로 이 예술은 공간의 코드라기 보다는 재현의 공간들이 갖고 있는 코드라고 정의될 것이다).

(Lefebvre, 1995, 33쪽)

데이비드 하비(Harvey, 1994)의 해석에 따르면, ‘물질적·공간적 실천’은 생산과 사회적 재생산을 보장하기 위해 공간에서 발생하는 교통·통신, 건조환경, 토지정리 등의 물리적이고 구체적인 흐름들이나 이동들 그리고 상호작용들을 의미하며, ‘공간의 재현’은 구체적인 공간실천에 대해 이야기하고 이를 이해할 수 있게 해석해주는 신호, 기호, 부호 지식 등을 포함한 지도화, 영상표현, 담론들에 관련되어 있다. 또한 ‘재현의 공간’은 공간적 실천을 위한 새로운 의미나 가능성을 떠올리게 해주는 정신적 발명품, 이를 테면, 공간에 대한 유토피아적 계획, 상상적 경관, 특정 건조환경, 그림 박물관, 공간적 담론 등을 의미한다(260~262쪽). 르페브르와 하비의 정의 방식으로 공간을 조명해본다면, 매스미디어를 통해 생산되는 공간 담론들은 구체적인 공간실천을 해석하고 코드화하는 ‘공간의 재현’ 차원에 묶여질 수 있다. 물론 르페브르가 제시한 공간의 세 차원은 서로 독립적이지 않고 변증법적 관계 속에서 역동적으로 운동하며 상호 중첩될 수 있는 가능성을 갖고 있으나, 특히 ‘공간의 재현’이라는 것은 지각되고 경험되는 것이며, 공간적 실천에 대해 이야기하는 일종의 해석 행위 혹은 재현 행위라는 점을 인식할 때, 미디어의 공간 담론들은 구체적 공간 실천 행위에 대해 공공연하게 의미를 부여하고, 이러한 물질적 실천들이 논의되고 이해될 수 있도록 해주는 재현 수단들 중의 하나라는 점

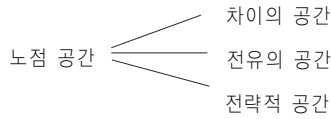
은 분명하다. 오늘날 미디어가 담론을 생산해내는 현대사회의 대표적인 기관이라는 점에서, ‘노점상’과 같은 문제적 공간에 대한 미디어의 기호화 역시 실질적으로 노점 공간에서 벌어지는 공간적 실천 행위들을 해석하는 데 주도적 역할을 하고 있다. 하비도 사회적 권력의 원천으로서 공간을 설명하면서 공간에 대한 우월한 지배는 항상 계급간 혹은 계급내 투쟁의 결정적 측면이었다는 점을 역설한 바 있는데, 생산적 차원에서와 마찬가지로 재현 영역에서의 권력은 오늘날과 같은 멀티미디어 사회에서 막강한 지배력을 행사하게 된다. 예컨대 과거 그림이나 지도와 같은 공간의 재현 기법들을 지배한 사람들이 상당한 권력을 쥐게 되었던 것처럼, 미디어는 공간의 재현 영역에 가장 큰 영향을 미치는 권력이라고 이야기할 수 있다.

2) 노점 공간의 공간이론적 성격

르페브르의 자본주의 사회 공간에 대한 해석을 노점 공간 분석에 적용해보면, 일단 노점 공간은 모순의 공간으로 정의될 수 있다. 이 때 모순적 공간이란 사회정치적 모순이 공간적으로 실현되며, 공간의 모순이 결과적으로 사회관계의 모순을 작동시킨다는 의미에서, 그리고 이러한 갈등이 실질적으로 작용하는 곳이 바로 공간이라는 점에서 파생될 수 있는 개념이다. 노점 공간의 모순성은 아직 자본주의 사회의 공간 상품화에 흡수되지 않고 중심공간들과 차이를 나타내는 공간인 동시에, 도시의 동일화 전략에 의해 흡수될 가능성을 가진 전략적 공간이라는 이중성에서 나타난다. 따라서 노점 공간의 모순적 성격은 <그림 1>과 같은 개념 틀로 접근할 수 있을 것이다.

르페브르에게 차이는 동일화된 영역의 주변부에서 저항의 형태나 외부성의 형태로 발생하고 지탱된다. 다시 말해, ‘차이의 공간’이란 도시 변두리, 판자촌, 도박장, 게릴라 전투지와 같이 배제된 공간이다(Lefebvre, 1995, 373쪽). 결국 차이의 공간은 기존 중심 공간에 의해 곧 흡수될 것이지만, 아직까지 획일화가 성취되지 않은 공간이거나, 도시들의 동일화 전략에 저항하는 장소라고 할 수 있다. 전유는 바로 이러한 차이들이 공간을 효과적으로 관리하여 나타난 것이라고 할 수 있는데, ‘전유의 공간’이 보여주는 즉흥적인 건축과 계획은 사회 질서를 토지 현실에 효과적으로 옮겨 놓는 전문가들에 의한 공간 조직보다 훨씬 월등하게 나타나기도 한다. 그리고 그 결과는 특별한 공간적 이중성이다(Lefebvre, 1995, 374쪽). 공간적 이중성이란 모순과 갈등을 의미하는데, 이러한 종류의 갈등은 예견되지 않은 새로운 차이로 출현하게 되거나 아니면, 중심 공간에 의해 흡수된다(Lefebvre, 1995, 374쪽). 즉, 공간의 전유가 임의적 상태에서 주체적으로 공간을 사용하는 범주에 속한다면, 전유공간을 허용하는 힘과 허용하지 않는 정치적 세력 사이에서 이중성이 파생될 것이며, 전유공간을 둘러싼 힘의 평형은 매우 임시적이고 갈등적일 수 있다는 점이 전유공간의 성격으로 기술될 수 있을 것이다.

결과적으로 과도기적 기간을 마친 전유의 공간은 중심공간의 회소가치를 높이고 중심공간을 부, 권력, 정보, 결정의 요충지로 만들기 위해 중간계급, 엘리트 계급과의 연대를 추구하며 노동자나 문제시되는 계층을 몰아내는 전략적 공간으로 편입된다(Lefebvre, 1995, 375쪽.) 물론 이 과정에서 공간의 배치와 분류를 수행하는 것은 국가라고 볼 수 있는데, 여기서 르페브르가



〈그림1〉 노점 공간의 모순적 성격

제시하는 중요한 통찰은 국가 주도의 인위적 공간 전략이 권력층 혹은 다른 생산수단을 소유한 일부 계급의 사적 공간과 공적 공간을 융합하게 된다는 점이다. 이것이 의미하는 것은 오직 공적 영역의 지시에 의해서 사적 영역이 조직되는 것이 아니라, 오히려 사적 영역을 모델로 공적 영역의 공간이 조직된다는 점에 대한 관찰이다. 그렇다면 대한민국의 도시화 작업 중 가장 괄목할 만한 발전이 바로 거리 디자인 개선 작업이라는 점을 생각해볼 때, 사적 영역의 성형에 대한 관심이나, 라이프스타일의 시각중심주의, 혹은 미적 관심과 역량의 증대가 정부 주도의 도시 디자인 사업과 무관하지 않다고 판단할 수 있다.

그런 의미에서 노점 공간은 사적 영역의 변화에 따라 공적 공간의 재조직에 흡수되어야 하는 전략적 공간이라고 할 수 있다. 생계를 위한 전유 공간이었던 노점 공간은 도시 공간 소비에 유력한 계층의 이익에 부합되는 방향으로 재창조되어야 하는 전략적 공간이라는 의미다. 그렇다면, 노점 공간은 자본주의 사회의 도시 공간에서 외부성 형태로 발생한 차이의 공간으로부터 이 차이들이 축적된 전유의 공간으로 그리고 마침내 전유 공간을 둘러싼 힘의 평형이 깨어짐으로 인해 중심 공간에 흡수되거나 중심 공간에서 밀려나가야 하는 전략적 공간으로 이행되는 과정에 있다고 볼 수 있다. 그리고 사실상 노점 공간은 이러한 공간적 성격들이 서로 혼재되어 있는 상태이며, 노점상인들의 주체성을 보장하는 ‘차이의 공간’, ‘전유 공간’의 성격과 정부 주도의 공간 조직을 의미하는 ‘전략적 공간’의 성격이 서로 대치하는 모순성을 갖고 있다고 말할 수 있다.

3) 공간의 우생학: 신자본주의적 공간 성형

국가보다 시장을 중시하기 시작한 새로운 경향, 모든 것을 경제 제일주의로 환원하는 신자본주의 이데올로기는 결국 부르주아의 주체성을 통해 심미성을 획득하게 되는데, 이러한 연유로 자본주의는 산업을 예술화하고 예술을 산업화하는 특징을 갖게 되며, 후기자본주의 사회에서는 이런 경향이 더욱 강화되어 자신의 노동력을 상품으로 팔아야 하는 노동자들이 자기 자신을 질 좋은 상품으로 개조하고자 하는 욕망을 갖게 된다고 한다(이택광, 2008, 158쪽). 성형을 통한 몸의 개조는 바로 이러한 현실을 확연히 드러내는 현상으로 봐야 할 것이다. 성형은 무한경쟁의 사회에서 생존하는 하나의 방편이 되었기 때문이다. 중심공간의 희소 가치가 중간 계급, 엘리트 계급과의 연대를 통해 높아지게 되고, 공적인 공간의 형성도 일부 계급의 사적 영역에 부합하는 방향으로 이루어진다는 르페브르의 이야기는 이 즈음에서 되새김질할 만하

다. 왜냐하면, 오늘날 우리나라 서울을 비롯한 대도시들을 중심으로 시행되는 도시 거리 개선 사업들은 이러한 성형 붐과 그 맥락을 같이 하기 때문이다.

사실, 도시 공간에 대한 미학적 성격의 요구는 국가의 복지 보장과 공공성의 담보가 무너지는 상태에서 무한경쟁으로 유도하는 신자유주의 이데올로기로부터 파생된 결과의 한 단면이라고 볼 수 있으며, 이를 다른 말로 공간 우생학의 면모라고 이야기할 수 있겠다. 우생학은 선택과 배제의 원리로서 고대에서부터 시공간을 가리지 않고 인간의 근원적 욕망으로 자리 잡고 있던 우성 인간의 창조에 그 토대를 두고 있으며, 다윈의 진화론이 등장하면서 새로운 전기를 맞이하게 되었다¹⁾. 특히, 환경론적 우생학은 우생학의 실천적 프로그램이나 방법론의 측면에서 공중보건과 위생 등 환경 개선이라는 포지티브 우생학으로서 전개되었는데, 오늘날에는 선택과 배제의 원리로서의 우생학이 어떤 외양으로 답습되고 있는지 통찰해볼 필요가 있을 것이다. 이러한 생각은 과거 위생학적 측면에서 설득력을 얻었던 우생학의 실천이 미학적 시선으로 강립하여 현재 소비자본주의 사회의 인종개선을 유도하고 있다는 의심에서 비롯된다. 김호연에 의하면, 미국의 경우, 우생학이 도입된 후, 혁신주의시대를 거쳐 발전해갈 무렵의 우생학은 유전적 개혁뿐만 아니라 환경적 개혁도 추구하는 중층적 차원의 운동이었으며, 19세기 말부터 20세기 초엽에 전개된 ‘슬림 개선 운동’은 환경적 수단에 의해 사회 개혁을 이루려는 모습을 보여준 대표적 사례라고 할 수 있다(2009, 149쪽). 실제로 우생학 담론이 개념적 명확성이 부족한 채 혼란한 사회적 상황이 야기한 위기의식에 힘입어 순수 과학적 차원의 문제만이 아닌 정치적·사회적 함의를 갖는 문제였다는 점에 주목할 필요가 있다. 우생학이 태생부터 과학으로서의 성격과 이념으로서의 성격이라는 이중성을 갖고 있다는 점을 인식하면, 오늘날 공간실천에서 나타나는 시각성에 대한 집착, 즉 미적 우수성에 대한 열망이 공간의 상품성과 결합된 우생학의 논리, 혹은 부르주아적 공간실천을 위한 선택과 배제의 논리에 닿아 있음을 관찰할 수 있을 것이다.

결론적으로 말해서, 과거에 우생학이 범죄나 공중 보건이라는 위생학적 측면을 내세워 인

1) 김호연의 『우생학, 유전자 정치의 역사』(2009)에서 기술된 바를 토대로 우생학에 대한 실천적 측면과 이론적 측면을 간략히 기술하자면, 대개의 우생학 연구는 우선 영·미의 우생학을 원형으로 간주하고, 그것을 독일의 우생학과 직접적으로 연결시키는 해석을 하고 있다. 그러나 김호연은 실제로 우생학이 각 나라의 특수한 사회적·역사적 지형에 의해 서로 다른 가치와 방향성을 담고 있었고, 이에 따라 다양한 함의와 형태, 그리고 목적을 가졌다는 점을 강조하여 실제로 우생학이 30여 나라에서 대중운동으로 확장되었던 세계 운동이었다는 점을 지적한다. 또한 김호연의 설명에 의하면, 우생학의 본질적 성격, 즉 이론적 전제가 무엇이었던가를 둘러싼 논쟁에서 대개의 연구들은 우생학이 골턴에서 바이스만의 생식질 연속설로, 그리고 멘델주의로 이어지는 일련의 유전학의 발전과 관련이 깊은 유전론적 성격을 가졌다고 파악한다. 그러나 각 나라의 사례를 분석해보면 유전론적 입장뿐만 아니라, 라마르크주의의 환경론적 입장에 천착한 경우도 많았으며, 프랑스, 라틴아메리카, 러시아의 우생학은 라마르크주의 우생학, 즉 환경론적 우생학의 대표적인 사례로 들 수 있다. 이처럼, 우생학이 유전학과 밀접한 관련을 맺으며 발전한 것은 부인할 수 없는 사실이지만, 우생학은 유전론적 입장뿐만 아니라 환경론적 입장 등으로 각 나라마다 다양한 사례를 낳았고, 다양한 이념적 스펙트럼 속에서 수용되고 윤색되었다는 점을 김호연은 강조하고 있다(김호연, 2009, 29~31쪽).

중주의적이고 계급차별주의적인 사고를 양산해냈다면, 오늘날 소비자본주의 사회에서는 미학적 가치라는 새로운 상품성이 우생학의 대중적 실천에 다름 아닌 비인도주의적 차별로 진행되고 있는 것은 아닌지 문제의식을 가져볼 수 있는 것이다. 다시 말해, 인간이 노동력으로서의 상품성을 높이기 위해 성형과 같은 시각적, 미적 개선 작업을 수행해야 하는 것과 마찬가지로, 일련의 도시 공간 디자인 작업은 공간 소비에 무용한 소외 계층을 몰아내고 시각적인 상품성을 극대화하여 이를 소비하는 계층들에게 소구함으로써 스스로 공간의 우월성을 획득하고자 하는 것이다. 그리고 이러한 공간 우생학의 차원은 개인주의적 수준의 생존경쟁과 최적자 생존의 논리를 내재한 신자유주의 이데올로기에 의해 뒷받침되고 있다는 해석을 할 수 있을 것이다. 요컨대, 공간이 전일적으로 상품화되는 공간 기획은 공간 우생학이라는 배제의 논리를 수반하면서 모순의 공간, 전유의 공간으로서 노점상들이 갖고 있는 주체적 성격을 제거하고 전략적 공간으로서 노점 공간을 재현하는 행위로 나타난다. 이러한 공간 우생학의 재현 행위가 언론을 통해 전개됨은 물론이다.

4) 공간, 미학, 정치

소위 ‘공공 디자인 사업’으로 불리는 거리의 시각적 정비 사업들은 노점 공간과 같이 자본주의의 모순성을 드러내는 공간들을 거리 환경의 저해요소로 인식하도록 하고, 노점상들이 제거된 거리 환경이나 인공적인 거리 조성 사업을 ‘자연스러운 것’, ‘정상적인 것’으로 받아들이도록 하는 정서를 형성하게 된다. 이러한 사실에 주목한다면, 개별적 경쟁을 부추기는 신자유주의 이데올로기에 포획되어 외모 성형뿐만 아니라 공간 성형이라는 미학적 실천에 이르게 되는 현상들이 결국 정치적인 것에 다름 아님을 함께 살펴보아야 할 것이다. 이것이 바로 랑시에르가 말하는 감각적인 것의 배분 구조라고 할 수 있다. 랑시에르에게 감각적인 것의 배분은 정치적인 것을 결정하는 전제조건 같은 것이다. 이것은 무엇인가를 경험하기 이전에 존재하는 앎과 같은 것으로, 이 앎이 선행해야 우리가 무엇인가를 경험할 수 있다는 뜻이기도 하다(이택광, 2008, 165쪽).²⁾

랑시에르는 ‘감성의 분할’이라고 불리는 감각적인 것의 나눔을 “자신에게 느끼게 하는 것을 결정짓는 선험적 형식들의 체계”라고 정의하면서, 이러한 감각적인 것의 나눔이 어떤 것을 보이게 하거나 보이지 않게 만들고, 시간과 공간을 결정하며, 발화와 소음을 구분하는 조건이라고 설명한다.³⁾ 말하자면 이 조건에 따라 사람들은 특정현상이나 사물에 대한 판단을 이끌어

2) 사실, 랑시에르가 미학적 실천들과 정치적 실천들 사이의 필연적인 합류에 대해 설명하면서 사용하는 ‘감성의 분할’, 혹은 ‘감각적인 것의 나눔’이라는 개념은 랑시에르가 『감성의 분할』(2008)에서 기술한 내용보다, 이택광의 해석이 더 쉽게 이해될 수 있을 것이라는 판단에서 먼저 옮겨 놓는다.

3) “어떤 공통적인 것의 존재 그리고 그 안에 각각의 몫들과 자리들을 규정하는 경계설정들을 동시에 보여주는 이 감각적 확실성의 체계를 나는 감성의 분할이라고 부른다. 감성의 분할은 따라서 분할된 공통적인 것과 배타적 몫들을 동시에 결정짓는다. 몫들과 자리들의 이러한 분배는 어떤 공통적인 것이 참여에 사용되는 방식 자체 그리고 개인들이 이 분할에 참여하는 방식 자체를 결정하는 공간들, 시간들 그리고 활동

낼 수 있는 것이다. 즉, 감각적인 것의 배분이 어떻게 이루어지는가에 따라서 사람들의 경험 형식이 결정되는데, 경험형식은 곧 경험한 것을 좋고 나쁜 것으로 분류하거나 평가하는 것으로, 이를 통해 사람들은 어떤 사안에 대해 판단을 내릴 수 있다. 이런 맥락에서 랑시에르는 감각적인 것, 우리에게 익숙한 말로 지칭하자면, 미학의 문제가 곧 정치적인 것임을 밝히고 있다(이택광, 2008, 165쪽). 미학과 정치 관계의 문제가 제기되는 것은 바로 공동체의 공통적인 것에 대한 감각적 경계설정 수준, 그 가시성과 그 편제의 형태들의 수준, 바로 이 수준에서라고 이야기한 랑시에르의 통찰이 ‘걸고 싶은 거리’, ‘문화 공간 조성’, ‘낭만의 거리 조성’ 등의 도시 공간 사업과 노점상 철거가 맞물려있다는 점을 상기하게 한다. 도시 공간에서 보여야 할 것과 보이지 말아야 할 것을 결정하는 정치적인 사안은 성형을 가치 있는 것으로 수용하는 감각적인 배분과 무관하지 않으며, 완벽한 부르주아의 주체가 가질 수 있는 심미성을 요구한다고 설명할 수 있을 것이다. 이것은 다시 말해 감각배분의 구조가 작동시키는 심미성이 주체를 형성하게 되고, 결국 이러한 주체가 갖고 있는 경험형식과 공간의 구성 및 실천이 무관하지 않다는 점을 상기하는 내용이 될 것이다.

그러나 르페브르가 언급한대로 공간의 모순이 곧 사회의 모순이라면, 랑시에르가 말한 대로 ‘합의’가 아니라 ‘모순’을 사유해야 한다면, 오늘날 한국 사회에서 펼쳐지는 공간 디자인 사업의 실제 또는 문제점을 현시하는 역할을 과연 미디어가 해내고 있는가에 대해서 반문해볼 필요가 있을 것이다. 랑시에르는 감각적인 것을 나누는 두 가지 방식으로서의 ‘치안’과 ‘정치’를 구분하면서, 치안은 사람들을 공동체로 결집하여 그들의 동의를 조직하는 것으로 이루어지며, 자리·기능·자질·자력 등의 용어로 지각공간을 구조화하고, 몫을 배정하는 것이라고 설명한다. 다시 말해, 통치 규칙들을 사회의 자연스러운 법들로 전환하는 것이 치안의 원리이다. 랑시에르는 이러한 치안의 원리가 ‘없는’ 것에 대한 배제라고 말하는데(1990/2008, 249쪽), 이는 곧 ‘몫 없는 자’들에 대한 배제에 다름 아니다. 반면, 정치는 ‘몫 없는 자’들의 몫을 ‘더’ 썩하는 것이다(Rancière, 1990/2008, 247쪽). 그래서 랑시에르는 정치의 본질은 정치 주체들의 세계와 정치가 작동하는 세계가 하나의 유일한 세계 안에 현존하는 불일치를 현시하는 것이라고 말한다(1990/2008, 249쪽). 이 불일치는 다른 말로 모순이라고 할 수 있는데, 예컨대, 노점상과 같은 모순의 공간에서 노점상이라는 주체들의 세계와 실질적으로 노점 공간에 작동하는 정치 세계 간의 불일치를 지적할 수 있을 것이다. 한마디로, 노점상이라는 주체들의 세계가 도시 공간 미학을 통해 배제되고 결국 아무런 몫을 갖지 못하는 현실을 보여주지 못한다면, 그 곳에 정치는 없는 것이다. 랑시에르의 견해를 빌리자면, 그 곳은 정치가 부재하고 치안만 존재하는 세계일 것이다. 그리하여 ‘짧음의 거리’, ‘피아노길’, ‘디자인 서울’, ‘미술도시’, ‘관광 테마거리’ 등의 공공 디자인 사업들이 구조화하는 지각공간은 다름 아닌 이름 있는 자들의 몫을 배정하고, 소외된 자들의 몫을 배제하는 통치 원리가 현실화되는 공간이다. 그래서 한국 자본주의 사회의 도시 공간은 이러한 부르주아적 주체들의 공간이 되기를 열망한다고 보는 것이며, 모순을 드러내는 것이 아니라 오히려 은폐하는 미디어의 재현체계는 정치

형태들의 어떤 분할에 의거한다(Rancière, 1990/2008, 13~14쪽).”

가 아닌 국가적 행위의 핵심으로서, 그리고 치안의 본질로서의 감각적인 니움을 강화할 뿐이라고 주장하게 되는 것이다.

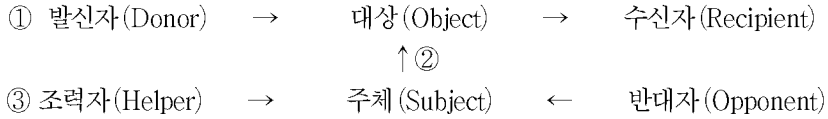
3. 언론보도와 노점상

1) '노점상' 보도의 내러티브 양식 담론 분석

내러티브 담론 분석의 목적은 일반적으로 표면구조와 심층구조 사이의 문법적 구분을 유추함으로써 다양한 구체적 스토리들의 일관된 문법에 도달하는 것이라고 할 수 있는데, 특히 그레마스의 행위소 모델(Actant Model)은 내러티브의 특정한 인물을 행위자로 정의하고, 내러티브의 역할 지형 가운데에 놓여있는 행위자의 심층 구조적 위치 즉, 행위소를 구분해 내어 그 의미구조를 밝히는 구조주의 분석방법을 시도한 경우다(Jensen, 1995, 135~137쪽). 따라서 노점상 보도에 대한 행위소 모델의 적용은 노점상에 대한 미학적 기준과 철거를 강조하는 공간 인식, 그리고 노점상의 생계권과 전유공간으로서의 성격을 강조하는 공간인식의 차이가 노점상 주체 구성 양식의 차이에서 비롯되는 의미구조의 패턴화로 나타남을 밝히기 위한 것이라고 이야기할 수 있다. 즉, '노점상'과 관련된 신문기사들이 누구를 주체(subject)로 보는가의 관점에 의해 패턴화 되는 경향을 확인하고자 하는 것이며, 그 패턴화 기저에는 일종의 의미구조가 작동하고 있다는 전제 하에 그레마스의 행위소 모델을 겹쳐보고자 하는 것이다. 그레마스의 행위소 모델에는 크게 여섯 개의 배역이 주어지며, 이를 도식화하면 <그림 2>와 같다.

먼저, ① '발신자 → 대상 → 수신자'의 관계는 커뮤니케이션의 관계로서 발신자가 수신자에게 대상을 알려주는 의사소통의 축이라고 할 수 있다. 이 때, 발신자로부터 수신자에게 전달되는 것은 대상 자체가 아니라 대상에 관한 정보이다. 김태환에 의하면, 그레마스는 『기호학 사전』(1979)에서 발신자의 두 가지 기능을 명백히 구분하는데, 하나는 조작하는 발신자(탐색을 촉발하는 발신자)이고 다른 하나는 심판하고 은혜를 베푸는 발신자이며, 이들 기능은 동떨어진 것이 아니라 이야기의 전 과정에서 차례차례 나타나는 발신자의 두 가지 양상이므로 조작하는 발신자든, 심판하는 발신자든 간에 결과적으로 발신자는 이야기 속에 등장하는 '가치체계의 관리자'라고 정의할 수 있다(김태환, 2001, 113~115쪽)⁴⁾. ② '주체 → 대상'의 관계는 행위소 모델의 핵심적 관계라고 볼 수 있는데, 그레마스는 주체 → 대상의 관계가 '욕망'이란 의미의 효과를 실현하는 의미소로서 나타난다고 설명하고 있다(Greimas, 1966, 김성도, 2003, 208쪽에서 재인용). 주체는 어떤 가치 있는 대상 또는 욕망의 대상을 찾아 나서는 주인공이므로 주체와 대상의 관계는 욕망의 관계로 정의될 수 있으며(김태환, 2001), 궁극적으로

4) 본래, 발신자와 수신자는 아콕슨의 커뮤니케이션 모델에서 차용한 것으로서 가장 일반적인 의미에서 커뮤니케이션의 두 행동자를 지칭한다. 그리고 이 발신자와 수신자의 관계는 동등성에 기초하여 상호 관계를 조명하는 것이라기보다 일반적인 전제조건인 관계로서 발신자가 빈번하게 초월적 우주에 속하는 것으로 제기되어 관건이 되는 가치들의 총합을 소통시키는 역할로 그려진다(김성도, 2003, 213~214쪽).



〈그림2〉 그레마스의 행위소 모델

출처: 김태환(2001)

‘주체 → 대상’의 도식은 대상이 주체의 소유가 된다는 것을 함축한다고 볼 수 있다. 특히, 그레마스가 정의하는 주체는 하나의 행동자로서 나타나며, 그 행동자의 본질은 그것이 각인되는 함수에 달려있다는 것을 인식해야 한다(김성도, 2003, 211쪽). 따라서 주체는 특정의 가치 대상과 관계를 맺는다는 점에서만 주체로서 존재하며, 마찬가지로 하나의 대상은 그것이 하나의 주체에 의해서 관계를 맺고 조준될 때에만 대상이 될 수 있다(Greimas, 1979, 김성도, 2003, 212쪽에서 재인용)⁵⁾. 이처럼 주체와 대상의 관계가 욕망의 관계로 정의 되는 이상, 주체의 탐색과정에는 도움을 주는 조력자와 방해자가 개입하게 마련이다. ③ ‘조력자 → 주체 ← 반대자’의 관계에서 조력자는 주체의 욕망의 방향에서 치신하면서 소통을 용이하게 하고 도움을 주는 기능을 하는 반면, 이에 맞서서 주체가 욕망을 실현하는 것에 대항하거나 대상의 소통을 저해하고 방해물들을 만들어 내는 반대자도 존재한다⁶⁾.

이와 마찬가지로, 노점상 관련 보도에서 동일한 방식으로 나타나는 관계들의 유형을 도식화하기 위해 그레마스의 행위소모델을 도입해보면, 언론보도를 가치체계 관리자이자 발신자로 설정하여 이야기를 시작할 수 있을 것이다. 이는 곧 노점상이라는 갈등적이고 모순적인 공간의 가치들을 언론이 어떻게 총합하여 소통시키는지에 대한 태도를 분석해보는 것이다. 발신자가 언론보도이고, 대상은 노점상 공간이라고 할 때, 수신자는 두 가지 측면에서 살펴볼 수 있는데, 기존의 그레마스 행위소 모델에서 나타나는 수신자 성격에 대한 해석은 수신자를 단순한 정보 수용자로 볼 것이냐, 정보의 수혜자로 볼 것이냐에 따라 달라진다.⁷⁾ 언론보도의 경

5) 그레마스는 이러한 관계를 ‘결속’이라는 말로 표현하고 있는데, 다시 말해 주체와 대상의 관계에서는 하나의 요소가 다른 요소에 전주어서 차지하는 위치가 관건이 되며, 이 위치가 바로 결속에 해당한다는 의미로 이해할 수 있다(김성도, 2003, 213쪽).

6) 예컨대, 그레마스는 마르크스주의 이데올로기를 인간을 돕고자 하는 욕망의 서사로 보고, ‘주체-인간 / 대상-계층이 없는 사회 / 발신자-역사 / 수신자-인류 / 반대자-브루조아 사회 / 조력자-노동자 계층’과 같은 분배를 행한 바 있다(Greimas, 1966, 김성도, 2003, 209쪽에서 재인용).

7) 그레마스의 행위소 모델을 적용하는 경우, 어떤 이들은 프롭적인 관점을 택하고 또 어떤 이들은 수리오적 관점으로 이해함으로써 발신자-수신자 축의 적용에 대한 접근법이 달라지기도 하지만, 김태환은 그레마스가 『의미에 대하여』(1970)에서 발신자와 수신자의 관계가 계약의 관계임을 강조했으며, 이 계약은 특정한 가치 체계에 기반을 두고 있는 것이라는 점을 역설하며, 그레마스가 기호학 사전(1979)에서 밝힌 발신자의 두 가지 의미 즉, 조작하는 발신자(탐색을 촉발하는 발신자), 그리고 심판하고 은혜를 베푸는 발신자라는 점을 토대로 발신자란 이야기 속에 등장하는 가치체계의 관리자로서 정의할 수 있음을 언급하고

우, 수신자가 발신자의 정보를 수신한다는 측면에서 보면, 독자들이 수신자의 역할을 한다고 볼 수 있으나, 신문의 독자들이란 사실상 지면상에서 직접적으로 자신들의 욕망을 표출하는 주체로서의 몫을 다 할 수 없기 때문에 이들을 수신자로 보기 어렵다. 오히려, 켄슨이 해석한 바대로, 발신자-대상-수신자 관계는 누가 궁극적인 수혜자가 될 것인가의 문제와 연관된 커뮤니케이션 축이라고 볼 때, 수신자는 노점 공간에 대한 언론보도를 통해 누가 혜택을 누리게 될 것인가의 문제를 고려하여 설정해야 할 것이다 (Jensen, 1995, 139쪽).

2) 동아일보, 중앙일보의 행위소 모델

동아일보와 중앙일보의 노점상 관련 보도는 정부를 주체로 설정하고, 노점상을 단속의 대상으로 정형화하는 경향이 있다. 사실상 대부분의 노점 공간은 불법이라는 수식어로부터 자유롭지 못한 가운데 사회경제적으로 태생될 수밖에 없는 빈곤자들의 생계수단이라는 모순성을 갖고 있으나, 이러한 모순공간의 문제를 일축하고 노점 공간의 주체를 정부로 인식하는 보도 태도는 <기사1>, <기사2>, <기사3>처럼 노점공간을 정부의 관리 공간으로서 부각시키게 된다. 따라서 정부를 노점 공간의 관리 주체로 설정한 언론 보도는 도시 이미지 및 환경 개선과 관광상품화라는 명목으로 노점 공간의 철거 및 도로 개선 사업을 강조하는데, 이러한 언론 보도 내용을 통해 궁극적으로 수혜를 받는 자는 바로 해당 지자체의 노점상 관리 부서를 비롯한 정부 측이라고 볼 수 있다. 특히, 그레마스의 도식 중 ‘발신자 → 수신자’ 관계에서 수신자는 주체로서 자기가 원하는 대상에 일정한 가치를 부여하게 되고, ‘주체 → 대상’의 관계에서는 궁극적으로 대상이 주체의 소유가 되는 것을 의미하므로, 정부는 노점 공간을 ‘불법’으로 규정하고, ‘정비’해야 할 대상 혹은 ‘강력한 단속’의 대상으로 가치 부여할 뿐만 아니라, 실질적인 철거 권한, 혹은 소유권을 행사할 수 있는 주체의 면모를 갖게 되는 것이다. 한편, 노점상 관련 보도가 정부를 주체이자 수혜자로 전제한 상태에서 노점상 철거를 효율적으로 수행하도록 돕는 조력자 역할로 등장하는 것은 경찰력이며, 노점상 철거에 맞서서 정부라는 주체에 대립하는 노점상인 당사자들이나 노점상연합회 등의 단체들은 반대자의 입장에 놓이게 된다. 따라서 지자체 산하의 가로 정비 담당 기관, 즉 통칭하여 정부로 명명할 수 있는 부서들을 주체이자 수신자로 설정할 경우 <그림 3>과 같은 도식이 마련될 수 있다.

있다. 이러한 해석에 따르면, 발신자는 수신자를 평가하고, 이 수신자는 주체로서 자기가 원하는 대상에 일정한 가치를 부여하게 되는 도식이 성립된다. 따라서 본고는 발신자-수신자의 관계를 단순히 정보의 전달 관계로만 보는 것이 아니라, 특정한 가치 체계 안에서 대상에 대한 욕망이 일깨워지는 관계로 정의하고자 하며, 이러한 해석은 켄슨(Jensen)이 *The Social Semiotics of Mass Communication* (1995)에서 발신자-대상-수신자의 커뮤니케이션 축을 궁극적으로 ‘누가 수혜자가 될 것인가’의 문제를 포괄하는 관계로 기술 것과 일치한다.

□기사1

Let's go! 고양/“런던 뮌헨과 겨루는 세계 10대 도시”

(상략) ... 일산신도시와 화정 등 상권이 발달한 지역마다 노점상들이 영업을 많이 하고 있었으나 수년에 걸친 강력한 단속으로 노점상 조직이 해산해 도로변 환경이 크게 개선됐다. 160여 개의 허가 받은 노점상이 규격화된 가판대에서 영업을 하면서 깔끔하게 정비되자 도시 미관이 시 이미지와 어울리게 됐다는 평가를 듣고 있다 ... (하략).

동아일보 2008년 9월 11일/5면

□기사2

서울시 내달 25일까지 ‘무질서와의 전쟁’ “불법 광고물-주정차 뿌리 뽑는다”

(상략) ... 불법 노점상 및 노상 적치물에 대해서도 정비에 들어가기로 했다. 특히 경찰청, 25개 자치구와 합동해 불법 행위가 재발되면 과태료 및 변상금을 부과하는 등 강력히 조치할 방침이다 ... (하략).

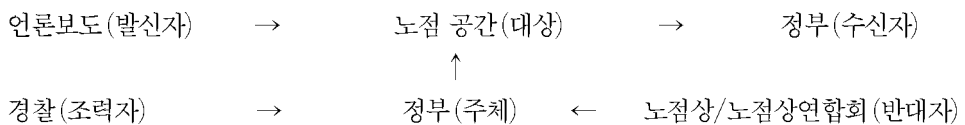
동아일보 2008년 10월 8일/16면

□기사3

[대구/경북] “대구의 얼굴을 바꾸려했을 뿐인데...”

(상략) ... 그(윤순영 대구 중구 구청장)는 올해 8월 동성로 일대의 불법 노점 150여 곳을 철거하고 봉산동 속칭 로테오거리에 합법적인 노점상 거리를 조성하도록 하는 등 ‘합리적 리더십’을 발휘했다. 그는 “동성로 공공디자인 개선사업으로 노점이 철거돼 생계가 막막해진 상인들을 위해 합법적인 영업공간을 만들도록 했다”며 “일부 노점상이 이 조치에 반발해 아직까지 시위를 벌이고 있지만 동성로를 보행자 전용거리로 만들고 재난 발생 때 상가의 피해를 최소화하기 위해선 불가피한 조치”라고 강조했다 ... (하략).

동아일보 2008년 10월 23일/16면



〈그림3〉 ‘정부’ 를 주체로 설정한 행위소 모델

그렇다면, 시민들의 경우는 어떠한가? 거리를 이용하는 시민들을 주체로 내세울 수는 없는 것인가? 실제로 동아일보, 중앙일보 지면상에서 노점상으로 인한 시민들의 보행 불편 명목으로 노점상 철거를 옹호하는 기사는 한두 건에 그쳤으며, 시민들 스스로도 노점 공간에 실질적으로 권리와 힘을 행사할 수단이 없다고 보아야 할 것이다. 다만, 시민들은 정부에 직접 건의하거나 시민단체 등의 압력을 통해 노점상에 대한 불편을 호소하고 처리를 요구하는 방법을 사용할 수 있을 것이다. 따라서 노점상 관련 보도의 내용이 보행자로서의 시민 불편 보다는 주로 도시 미관 사업, 관광상품화 사업 등에 초점을 맞추어 노점상 정비를 옹호한다고 보면, 노

점공간의 주체이자 노점상 관련 보도의 수혜자를 신문독자와 시민들로 설정하기 어렵고 오히려 이들은 제3자적 입장에 있다고 해야 할 것이다. 그러나 다른 한편으로, 시민들을 정부의 공공디자인 사업이나 도시 이미지, 혹은 이로 인한 관광 산업을 흡수할 수 있는 소비적 주체로 본다면, 노점상 관련 보도에 대한 또 다른 ‘주체 → 대상’ 도식이 가능할 것이다. 이것이 의미하는 것은 거리 미관을 우선시하고 도시 공간을 소비할 수 있는 부르주아적 소비 주체 즉, 미학적 소비 주체의 욕망에 부응하도록 노점 공간이 철거되어야 한다는 점이다.

□기사4

자갈치 시장, 수산·해안 관광단지로 재개발

(상략) ...‘자갈치 아지매’로 불리는 노점상들을 관광상품화 시키는 방안을 검토하고 있다. 바다 위에 테크를 만들어 노점상을 옮기거나 현재 상황에서 주변정비를 한 뒤 그대로 두는 방안을 놓고 고민 중이다. 현재 자갈치 시장에는 500여곳의 노점상들이 있으나 반발 때문에 철거가 어려운 상황이다.

중앙일보 2009년 4월 7일

□기사5

“종로1~2가 젊음의 거리로 되살아났다”

(상략) ... 노점상이 떠난 대로변에는 벤치를 설치하거나 가로수를 심어 또 다른 노점이 생기는 것을 막을 계획이다. 서울시 김병환 가로환경개선담당관은 “서울의 중심인 종로를 시민들에게 ‘걷고 싶은 거리’로 돌려줄 것”이라며 “마구잡이로 생긴 노점을 전략적으로 재배치해 문화아이콘을 만들겠다”고 말했다.

중앙일보 2009년 6월 22일

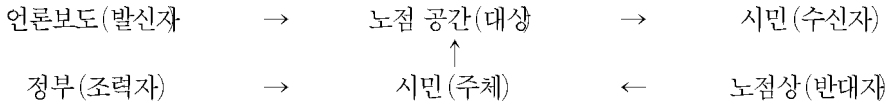
□기사6

시원해진 동성로에 인파 몰린다

(상략) ... 반응은 긍정적이다. 노점상과 전봇대 등이 사라지면서 거리가 시원하게 바뀌었다. 붉은색과 갈색으로 치장한 길바닥도 세련미를 더한다. 길 중앙에 설치된 벤치는 쉼터 역할을 하고 있다. 대학생 김지혜 (21. 여) 씨는 “일주일에 두 번쯤 동성로에서 친구를 만나 차를 마시고 영화도 본다”며 “거리가 멋있게 변해 더 자주 찾는다”고 말했다. 동성로상점가 상인회는 동성로를 찾는 인파가 지난해보다 최고 30% 늘었다고 한다. 휴일에는 30만~40만, 평일에는 10만명이 동성로를 찾는 것으로 추산한다 ... (하략).

중앙일보 2009년 6월 29일

<기사4>, <기사5>, <기사6>은 노점 공간이 관광상품, 문화상품으로 대체되어 소비적 주체들의 공간으로 탈바꿈해야 한다는 논조를 동일하게 나타낸다. 특히 <기사6>과 같이 “세련미”, “거리가 멋있게 변해 더 자주 찾는다” 등의 시각적 효과와 “쉼터 역할”, “차를 마시고 영화를 본다” 등의 문화적 소비를 우선시하는 보도 태도는 이러한 공간 기획의 주체들이 소비적 주체, 미학적 주체임을 강조하는 것으로 보인다. 이에 따라서 소비 주체로서의 시민들이 노점공간의 철거나 정비를 통해 새롭게 미관을 갖추고 소비될 수 있는 공간을 추구한다면, 정부를 노점 공



〈그림 4〉 ‘시민’ 을 주체로 설정한 행위소 모델

간의 주체로 설정한 경우와 다른 〈그림 4〉의 도식이 성립될 것이다. 이를테면, 주체인 시민의 요구를 수용하여 실질적인 노점상 정비 업무를 담당하는 각 지방자치단체는 시민들이 요구하는 방향으로 행정을 도모하는 조력자 역할을 할 것이며, 철거를 반대하는 노점상은 반대자의 위치에 놓이게 될 것이다.

정부, 소비적 주체로서의 시민들에 이어서, 합법적 노점상들이 노점 공간의 주체로 편입되는 보도기사들도 나타나는데, 합법 노점상들이란 가판대 구입비와 도로 점용료 납입을 수용할 수 있는 극소수의 일부 노점상들에 해당하며, 합법 노점이라는 명칭도 정부의 허가에 의해 주어지는 것이므로 합법 노점상을 적극적인 의미에서 공간 주체로 설명하는 데 불충분한 측면이 있을지 모른다. 그러나 수신자이자 주체로서 대상을 욕망하고 대상을 실질적으로 점유하는 수혜자가 된다는 측면에서 보면, 합법 노점상을 주체로 설정한 노점 공간의 주체 구성 양상을 살펴볼 수 있을 것이다. 보도기사에 근거하면, 합법 노점상의 조력자는 역시 제도적으로 노점상을 허용하여 노점 공간에서의 상행위가 가능하도록 해주는 정부 관계부서가 될 것이며, 반대자는 기존 상인들 또는 점포 소유 상인들일 것이다. 왜냐하면, 〈기사7〉, 〈기사8〉과 같이 노점상이 합법화될 경우 기존의 점포상인들은 합법 노점상을 경쟁적으로 받아들일 수밖에 없기 때문이다.

□기사7

노점 합법화 ‘기대수 적정수’

(상략) ... 전철역 부근과 대형 상가 부근에서 영업할 수 있도록 160여 명이 허가를 받았다. 노점을 매매할 수 없고 연간 50만 원 안 밖의 도로 점용료를 내는 조건이지만 맘 편히 장사할 수 있다는 점을 고려하면 큰 비용은 아닌 셈이다. 하지만 이달 말 영업개시를 앞두고 최씨를 비롯한 합법 노점상 대부분은 깊은 시름에 빠져있다. 거리에 세울 노점 가판대를 노점상들이 개별 구입해야 하는데 개당 가격이 500만 원이기 때문이다. 경기가 좋지 않다 보니 노점상이 들어설 지역의 점포 소유 상인들이 고양시를 향해 “합법적인 노점상은 존재할 수 없다”며 반발하고 있는 점도 최씨의 마음을 무겁게 하고 있다.

동아일보, 2008년 8월 13일 /18면

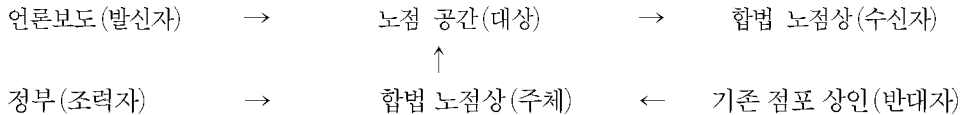
□기사8

대구 동성로 노점 150여개 철거

(상략) ... 중구는 생계가 어려운 노점상을 위해 동성로에서 가까운 곳을 중심으로 대체 공간을 마련하려고 하지만 기존 상인들의 반발 등으로 별다른 해결책을 찾지 못하고 있다. 중

구는 노점을 철거한 동성로 일대를 올해 말까지 대구를 상징하는 관광 테마형 거리로 조성할 방침이다.

동아일보, 2008년 8월 6일 /40면



〈그림5〉 '합법 노점상' 을 주체로 설정한 행위소 모델

결론적으로 동아일보, 중앙일보의 노점상 관련 보도 패턴은 정부, 소비적 주체로서의 시민, 그리고 합법적 노점상을 주체로 설정하여 노점 공간에 대한 가치를 생산해내는 양식으로 나타나며, 노점 공간에 대한 가치 판단이 주로 새로운 문화적, 미학적 상품 공간 생산을 위해 노점상이 철거되거나 쉽게 통제 가능한 방식으로 정비되어야 할 당위성을 강조하는 방향으로 이루어지고 있다. 이러한 의미구조는 궁극적으로 노점상 철거를 역설하는 공공디자인 사업이 공간 상품 자체를 소비하는 미학적 주체들의 생산 요구로 나타난다는 사실을 드러낸다. 물론 정부, 소비적 주체로서의 시민, 합법적 노점상 등이 주체로서 노점 공간에 대해 행사할 수 있는 권력의 정도는 상이하지만, 이들을 주체로 인식하는 것은 결국 노점상이 공간 상품화의 대상으로서 재정비되어야 함을 의미하는 것이다. 언론보도의 공간 인식, 또는 공간 주체 인식에 의해 공간의 생산과 실천에 대한 가치가 부여됨을 보여주는 대목이다.

3) 한겨레 신문의 행위소 모델

한겨레신문의 노점상 관련 보도들은 노점 공간이 노점상인들의 생계수단이며, 노점상 철거 시에 이들이 생계의 위협을 받을 수밖에 없는 빈곤층이라는 점에 주의를 기울이는 측면이 있다. 그 중에서도 정부가 노점상 구제책이라고 내놓은 정책들의 미비함과 문제점을 보도한다거나 노점상인들의 절박한 상황을 대변하는 보도들은 동아일보나 중앙일보 지면에 전혀 올라오지 않는 내용들이다. 따라서 이런 유형의 보도는 노점 공간을 전유하고 있던 노점상을 주체로 보고자하는 의도를 갖고 있으며, 사회적 빈자로서 노점상인들의 몫을 인정함으로써 정부의 과도한 철거 정책이나 무력의 동원 등에 대해 비판적 시각을 견지한다. 따라서 궁극적으로 노점 공간의 주체를 노점상으로 인식한 보도는 노점상인들이 노점 공간을 생계 수단으로 유지하거나 사회적 약자로서 보호받을 수 있는 방향을 제시하고 노점 공간의 수혜자가 되어야 함을 강조한다고 볼 수 있다.

□기사9

대구 동성로 노점상 거리시위

“생계를 이어갈 방법이 없습니다. 골목길에서 장사를 할 수 있도록 도와주세요.” 대구 동성로 노점상들이 거리로 나섰다. …(중략)… 음료수 노점을 해온 정아무개(45) 씨도 “그동안 장사를 하지 못해 각종 공과금을 내지 못하고 있다”며 한숨을 내쉬었다. 노점상들은 “동성로에 노점이 들어선 지 50여년 동안 일부 구간에서 단속을 했지만 전체 노점상들이 쫓겨나기는 처음”이라고 한 목소리를 냈다. 동성로 노점상 대표 여환성(62) 씨는 “골목길에서 장사를 할 수 있는 길을 열어 줄 때까지 집회와 시위를 계속하겠다”고 밝혔다. 여씨는 “중구청이 대책으로 약속한 노점상 대체터 마련과 용자 알선, 전업 등을 전혀 지키지 않았다고 덧붙였다. (하략)

한겨레신문 2008년 8월 13일/14면

□기사10

동대구로 포장마차촌 ‘풍진동화’

대구 동십자 동성로 노점상에 이어 동대구 고속버스 터미널 옆 동대구로 풍물거리 안에 자리잡은 포장마차들이 사라진다. 대구 동구청은 “30일까지 포장마차 20여 채를 비워달라고 요청해왔다”며 “거절하면 다음달 1일부터 포장마차에 공급하는 전기와 수도물을 끊고, 6일부터 전문철거업자와 경찰 등과 함께 강제 철거에 나서겠다”고 29일 밝혔다. 동구청이 강제철거하는 과정에서 포장마차 주인들과 마찰을 빚을 가능성이 높다. …(중략)… 하지만 철거를 앞둔 포장마차 주인들은 당장 끼니를 걱정해야 할 형편이라고 한목소리를 냈다. 이곳에서 10여년 동안 포장마차를 해온 이정자(57) 씨는 “보상금도 없고, 다른 곳에서 장사를 할 수 있도록 장소조차 마련해주지 않은 채 강제로 쫓겨나게 됐다”고 불만을 터뜨렸다 …(하략)

한겨레신문 2008년 9월 30일/41면

□기사11

현장/서울시 노점상 단속-구청 “기업형 철거”…상인 “우린 생계형”

(상략) … 밤 9시엔 강남구 수서역 주변에서도 기업형 노점 철거 작업이 벌어졌다. 강남구청은 강남경찰서의 협조를 받아 전경 50여명을 노점 주변에 배치했다. 노점상들의 저항에 대비하기 위해서였다. …(중략)… 이곳에서 13년째 노점을 운영하고 있는 이광훈(49) 씨는 “우리는 ‘기업형’ 노점이 아니다”라고 항변했다. 이씨는 원래 이곳에서 리어카를 놓고 떡볶이를 팔다가 2000년 아셈정상회의 때 구청의 대대적인 단속으로 낮에 장사를 할 수 없어 밤에 차를 대고 술과 안주를 파는 포장마차를 차렸다고 했다. 그는 부인과 저녁 6시에 나와 새벽 4시까지 일을 해서 번 돈으로 부모님과 네 명의 아이들 등 8식구가 먹고 산다고 했다. “나는 분명히 생계형인데, ‘기업형’이라니 기가 막히네요.”

한겨레신문 2008년 10월 25일/6면

□기사12

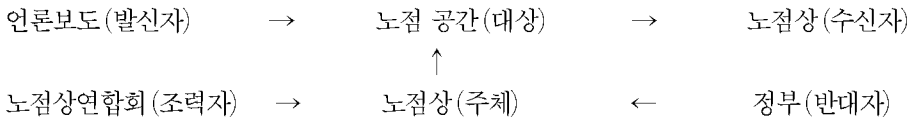
노점상 1인당 최대 500만원 대출 보증

한편, 이날 중구청의 노점상에 대한 특별보증 계획은 그동안 지방자치단체들의 노점상 단속과 대비돼 ‘눈 가리고 아웅 식’이라는 비판도 제기된다. 전국노점상연합의 김장용 남부지역장은 “현재 노점상들은 구청으로부터 1인당 수천만원에 이르는 과태료와 벌금을 내도록

압박을 받고 있는 상태”라며 “생계를 위한다면 500만원 대출보다 영업을 할 수 있도록 해줘야 한다”고 주장했다.

한겨레신문 2008년 12월 27일/6면

노점상인들을 주체이자 수혜자로 설정하게 되면, 도시경제학상의 이익과 대치되는 노점상을 철거하고, 노점상을 도시 미관이나 관광상품 차원의 관리 대상으로 재편하고자 하는 입장을 내세우는 정부가 대립자의 위치에 놓이게 된다. 반면, 보도 내용을 살펴보면, 위의 <기사 12>와 같이 노점상 스스로가 노점 공간의 주체가 되어야 함을 역설하면서 노점상의 노점 공간에 대한 생계권을 주장하고, 정부 정책의 부적절함을 비판하는 조력자는 노점상연합회 이외에 달리 표출되는 역할자가 없는 것으로 보인다. 물론 노점상연합회는 일종의 노점상을 대표하는 단체로서 조력자라기보다는 노점상의 한 조직으로 볼 수 있으나, 국회가 국민의 대표기관이지만 자구적 방식으로 운영됨으로써 때로는 국민에게 갈등과 반목의 대상이 되듯이, 노점상연합회 또한 노점상의 입지 강화 및 점유권과 생계권 수호의 목적으로 생겨난 외부적 조직으로 설정해볼 수 있겠다. 따라서 다음과 같은 행위자들을 중심으로 한겨레 신문의 노점상 관련 보도 패턴의 의미구조를 표현할 수 있을 것이다. 그리고 이러한 노점상이라는 주체 중심의 의미구조에서 문화소비적 주체의 공간을 목표로 하는 보도담론이 고려하지 못한 노점 공간의 복합적, 모순적 성격이 드러난다고 이야기할 수 있을 것이다.



(그림6) '노점상' 을 주제로 한 행위소 모델

4. 나오는 말

새로운 공간을 계획하고 만들어내며, 공간속에서 삶을 영위하면서 공간을 이용하는 행위를 공간실천이라고 한다면, 공간 실천의 중요한 부분을 차지하는 것이 공간의 생산이라고 할 수 있는데, 이것은 곧 자본주의적 상품으로서 공간을 만들어내는 것이라고 정리할 수 있다(김승현·이준복·김병욱, 2007, 111쪽). 따라서 공간에 대한 분석, 즉 공간 실천과 공간 생산에 대한 분석은 상품으로서의 공간을 지탱하고 있는 자본과 권력의 문제, 계급투쟁과 실천의 문제, 그리고 그 역사성을 총체적으로 살펴보아야 할 일이다. 공간에 대한 분석의 일환으로 또한 살펴보아야 할 것은 바로 미디어의 역할이라고 할 수 있다. 왜냐하면, 미디어는 직접적으로 '공간의 재현' 역할을 수행할 뿐만 아니라, 지배적인 공간 담론이 구체적 공간 생산으로 이어지도록 교량역할을 하며, 공간 물류의 흐름과 입지 선정을 위한 주요한 정보를 전달하고,

지배적 공간 질서를 수용하도록 조장하는 반면, 대안적 공간 담론과 계획을 만들어내는 역할도 수행하게 되기 때문이다(김승현 외, 2007, 113~114쪽).

이러한 공간과 미디어의 이론적 틀을 통해 들여다본 노점 공간 관련 보도들은 언론의 공간 재현이 우리나라 도시를 중심으로 펼쳐지고 있는 도시 디자인 사업, 도시의 관광상품화라는 공간 실천에 깊숙이 개입되어 있음을 확인하도록 한다. 특히, 중앙일보, 동아일보의 보도담론과 같이 노점 공간의 주체를 정부, 시민, 더 나아가 합법적 노점상으로 인식하였을 때의 의미 구조는 노점상이 철거와 재정비의 대상이 되며, 노점 공간의 목적은 그야말로 공공디자인 사업과 도시 이미지에 걸 맞는 미학적 공간으로의 재탄생에 있음을 나타낸다. 특히, 보행의 불편함이나 위생적 측면에서 노점상 정비의 당위성을 제기하기 보다는 공간자체의 관광상품화를 당연시하고 문화적 소비와 미학적 경관을 즐기는 소비적 주체를 묘사하는 보도들을 통해 노점상 철거와 재정비를 욕망하는 공간인식의 태도가 공간의 상품화라는 공간실천과 공간의 소비적 주체 생산에 맞닿아 있음을 확인할 수 있다. 한편, 이러한 공간인식의 확일성에 대해 공간의 모순성을 대비시키고자 담론분석에 배치한 한겨레신문 보도의 경우, 어느 정도 노점상인들에게 노점 공간 주체로서의 몫을 부여한다는 점은 노점 공간이 갈등적, 모순적 공간임을 드러내는 대목이자, 노점 공간을 보다 다각적 측면에서 바라보아야 함을 제시하는 지점이다. 이러한 분석 결과는 한편으로 미디어가 공간의 주체를 어떤 방식으로 구현하느냐에 따라서 공간에 대한 담론이 달라질 수 있음을 보여주는 것이며, 미디어의 공간 재현이 공간 실천에 어떻게 영향을 미치는가에 대해 생각해볼 만한 문제들을 제시하는 것이라고 할 수 있다.

좀 더 현실적 차원에서 보면, 노점 공간 철거를 추동하는 공간 실천들이 미학적인 것이던, 정치적인 것이던, 상품화의 과정이던 간에 우선 당면한 문제는 노점상에 대한 실질적 대책이라고 할 수 있을지 모른다. 단속과 규제를 기본으로 하는 정부 당국의 정책에서부터, 노점상 단속을 ‘용역 단속반’과 같은 민간에 위탁하는 책임 떠넘기기 형태, 명확한 기준과 원칙 없이 노점상 문제를 정치적으로 봉합하는 미봉책에 이르기까지 그야말로 랑시에르의 구분처럼, ‘정치’가 아니라 배제의 논리로서 ‘치안’에만 의존하는 행정 집행은 이미 사회적 현실로 존재하는 노점상 문제의 해결을 어렵게 할 뿐이다. 물론 노점상 문제를 공론화하고, 노점상 등 관련당사자, 전문가, 시민사회단체가 파트너십을 형성하여 노점상문제를 총체적으로 인식하는 가운데 해결방안을 모색하는 일이야말로 무엇보다 중요하다(김건식, 2000, 10쪽). 그러나 여기서 르페브르의 공간실천에 대한 정의를 상기할 필요가 있다. ‘공간의 재현’이 지배공간을 만들어 내려는 지배계급의 의도가 반영된 것이라면, ‘재현의 공간’은 각각의 계급과 주체가 자신의 의도 하에 공간을 점유하고 새롭게 이용함으로써 지배공간과 다른 공간을 만들어내는 것이라고 할 수 있다(김승현 외, 92쪽). 그렇다면, 노점상이라는 주체들이 새로운 공간을 생산하고 점유할 수 있는 방식들에 대해 좀 더 고민해볼 필요는 없는 것일까?

‘부평 문화의 거리’는 지역 상인들이 발의하여 조성했다는 점에서 대부분 행정당국에 의해 주도되는 거리조성사업들과 차이가 있다. 부평시장 상인들이 쾌적한 시장환경 조성 및 상권 활성화를 위해 문화의 거리 조성 사업을 실시하는 과정에서 상인과 노점상들, 그리고 해당 구청간의 대립과 갈등이 수없이 대두되었으나, 나중에는 노점상들이 문화의 거리가 안고 있는 제

반문제들에 대해 스스로 책임의식을 갖고 해결해나가려는 노력을 보이게 되었다고 한다. 이러한 결실은 노점상 문제를 중앙정부나 지방정부 차원에서 집행하는 것이 아니라, 노점상을 선정하는 원칙이나 노점영업과 관련한 원칙 등을 상인과 노점상 그리고 행정측이 협의하여 결정해나가는 시간들이 있었기 때문에 가능했다는 점을 예시한다고 볼 수 있다(홍인옥, 2000, 41~51쪽). 즉, 노점 공간의 모순성을 현시하고, 노점상들이 주체적으로 가담할 수 있는 공론화의 영역을 회피하지 않는 자세들이 요구되는 것이다.

그레마스의 행위소모형을 도입하여 동아일보, 중앙일보 그리고 한겨레신문이라는 두 언론 진영의 담론분석을 시도하는 과정에서 노점 공간의 주체구성 양식과 이에 따른 의미구조의 변화를 파악하는 데 주력함으로 인해 다차원적이고 복합적인 차원에서 노점 공간에 개입하는 요소들을 다소 누락시켰을 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고, 분명히 강조할 수 있는 것은 가치체계의 관리자에 다름 아닌 언론의 공간인식으로 파생된 보도담론의 의미효과가 실제 공간을 규정하게 되고 공간의 생산과 실천으로 이어지게 된다는 사실이다. 그리고 현대자본주의 사회의 공간 상품화와 공간 소비 주체 생산에 국한된 공간인식이 팽배할 때, 사회 정의나 대안적 공간담론의 생산에 관한 문제는 관심 대상에서 제외될 수밖에 없다는 사실에 주목할 필요가 있을 것이다. 특히 언론은 공간을 재현하고 공간을 담론화할 수 있는 가장 영향력을 가진 권력 체계라고 볼 때, 언론매체가 노점상과 같은 몫 없는 공간에 몫을 나누어 주고 그들이 주체적으로 소유할 수 있도록 지평을 열어주는 한편, 언론보도를 통해 부르주아 미학에 경도된 도시 공간 사업들의 근원을 사고할 수 있는 총체적인 공간 인식이 함양되기를 희망하게 되는 것이다.

■ 참고문헌

- 김건식 (2000). 노점상 정책의 비판적 검토. 『도시와 빈곤』, 통권 47호, 5~18.
- 김성도 (2003). 『구조에서 감성으로』. 서울: 고려대학교 출판부.
- 김수현 (2001). 『노점상 관리방안 중·장기 대책 모색』. 서울: 서울시정개발연구원.
- 김승현·이준복·김병욱 (2007). 공간, 미디어 및 권력: 새로운 이론틀을 위한 시론. 『커뮤니케이션 이론』, 3권 2호, 82~117.
- 김태환 (2001). 그레마스의 행위소 모델 수용의 문제점: 발신자 수신자 개념을 중심으로. 『독일학연구』, 10호, 104~118.
- 김호연 (2009). 『우생학, 유전자 정치의 역사』. 서울: 아침이슬.
- 박영민 (1997). 르페브르의 실천전략과 사회 공간. 『공간과 사회』, 통권 9호, 194~199.
- 이택광 (2008). 자본주의라는 공포물에서 살아남기. 『광장의 문화에서 현실의 정치로』(162~166쪽). 서울: 산책자.
- 홍인옥 (2000). 점포상인, 노점상, 그리고 행정이 함께 풀어가는 노점상 문제. 『도시와 빈곤』, 통권 47호, 41~51.
- 이권효 (2008. 8. 6). 대구 동성로 노점 150여개 철거. 『동아일보』, 40.

- 이동영 (2008. 8. 13). 노점 합법화 ‘기대半 걱정半’. 『동아일보』, 40.
- 구대선 (2008. 8. 13). 대구 동성로 노점상 거리시위. 『한겨레신문』, 14.
- 이동영 (2008. 9. 11.). Let's go! 고양/“런던 뒤편과 겨루는 세계 10대 도시”. 『동아일보』, 5.
- 구대선 (2008. 9. 30). 동대구로 포장마차촌 ‘풍전등화’. 『한겨레신문』, 41.
- 장윤정 (2008. 10. 8). 서울시 내달 25일까지 ‘무질서와의 전쟁’ “불법 광고물-주정차 뿌리 뽑는다”. 『동아일보』, 16.
- 정용균 (2008. 10. 23). [대구/경북] “대구의 얼굴을 바꾸려했을 뿐인데...”. 『동아일보』, 16.
- 김경욱 (2008. 10. 25). 현장/서울시 노점상 단속-구청 “기업형 철거”...상인 “우린 생계형”. 『한겨레신문』, 6.
- 이정훈·권태호 (2008. 12. 27). 노점상 1인당 최대 500만원 대출 보증. 『한겨레신문』, 6. 김상진 (2009. 4. 7). 자갈치시장, 수산·해안 관광단지로 재개발. 『중앙일보』, 37
- 임주리 (2009. 6. 22). 종로1~2가 젊음의 거리로 되살아났다. 『중앙일보』, 33.
- 홍권삼 (2009. 6. 29). 시원해진 동성로에 인파 몰린다. 『중앙일보』, 30.

Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity-An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. USA: Blackwell. 구동회·박영민 역(1994). 『포스트모더니티의 조건』. 서울: 한울.

Jensen, K.B. (1995). *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.

Lefebvre, Henri. (1991). *The Production of Space*(Donald Nicholson-Smith, trans.) Oxford U K · Cambridge USA: Blackwell.(Original work published 1974).

Peirce, C. S. (1963). *Collected Papers cambridge*. Mass: The Belknap Press of Harvard University press. 김성도 편역(2006). 『피스의 기호사상』. 서울: 민음사.

Rancière, J. (1990). *Aux Bords du Politiques*. 양창렬 역.(2008). 『정치적인 것의 가장자리에 서』. 서울: 길.

Rancière, J. (2000). *Le Partage du Sensible*. 오윤성 역.(2008). 『감성의 분할』. 서울: 도서출판b.

최초 투고일 2010년 2월 12일

게재 확정일 2010년 3월 19일

논문 수정일 2010년 3월 29일