



Packaging is Branding ①

패키징의 수사학 ①

Rhetoric of packaging



오늘 아침 경향신문에서 가져온 사진이다. 박근혜 대통령이 경주 지진 피해지역을 방문하는 사진인데 애써 주민들과 손을 잡으려는 모습이 애뜻해 보인다. 그러나 “흙 피하며 많이 놀랐죠”라는 텍스트가 반전을 일으킨다. 순간 인간 가마를 타고 홍수지역을 시찰하던 인도 고위관료의 모습이 떠오른다(오른쪽 위사진 참조). 재난지역에 가서 발에 흙 안 묻히려는 사람이나 물 안 묻히려는 사람이나 공주병과 왕자병, 도긴개긴이다.

대통령의 흙 피하기 논란에 대해 청와대는 “박 대통령이 악수를 하려고 다가가니까 주민들이 ‘복구 중인 흙이니까 밟지 마세요’라고 해서 흙을 사이에 두고 악수한 것”이라 해명했다. 고개가 끄덕여졌다.

어쨌든 우리나라 지진에 먼 나라 홍수를 떠올린 것은 독자로서의 상호텍스트성(Intertextuality) 때문이다. 독자는 원 저자의 의도와



김득수

플레이코리아 브랜드패키징센터
센터장



본 적이 없거나 웃어넘기면 그만이다”.

문제는 감자 고르기가 아니라 사람 고르는 문제라고 칼럼은 언급했으나, 기억 속 사진과 텍스트는 공주, 제스처, 위선, 정치 등 새로운 의미의 생산을 직조해 나간다. 텍스트는 원래 직물이라는 의미가 있다. 상호텍스트는 씨줄 날줄이 직조하는 의미

의 교차라고 볼 수 있다.

상관없이 독자 자신의 경험과 지식에 의해 텍스트를 해석한다는 것이 상호텍스트성이다. 줄리아 크리스테바(Julia Cristeva)는 “모든 텍스트는 인용구들의 모자이크로 구축되며 모든 텍스트는 다른 텍스트를 받아들이고 변형시키는 것”이라고 그녀의 문학기론을 펼친 바 있다.

청와대의 경주사진 해명과 상관없이 내 머리 속에는 이미 또 다른 이미지의 공주라는 텍스트 한 올이 짜이고 있었다. 나의 기억은 한 장의 해묵은 이미지를 끄집어낸다.

오른쪽 사진은 한겨레신문 김선주 칼럼에서 가져온 것이다. 평범한 보도사진에 “감자를 살 때는 어느 누구도 냄새를 맡지 않는다”라는 텍스트가 불자 예상치 못한 의미가 사진에 정박한다.

“감자를 살 때, 생선을 살 때, 딸기를 살 때, 고기를 살 때 점검해야 할 부분이 다 다르다는 사실을 모르는 것은 대통령으로서의 흠결은 아니다. 시장을 본 적이 없거나 음식을 해





정박은 기호학자 롤랑 바르트(Roland Barthes)가 창안한 용어로, 부유하는 이미지의 의미를 텍스트가 유도하고 고정시키기는 것을 뜻한다. 정박(Anchorage)의 앵커(Anchor)는 배를 한 곳에 묶어두는 닻을 말한다. 정박은 기호화 되지 않은 도상적(이미지) 메시지를 언어적 메시지가 고정시킴으로써 기호적 해석을 유도하고 제한하며 한 곳에 고정시킨다는 개념이다. 그는 “텍스트는 독자로 하여금 이미지가 가질 수 있는 여러 개의 기호 의미들 중에서 어떤 것은 버리고 어떤 것은 받아들이게 한다”며 “텍스트는 독자를 사전에 선택한 의미로 원격 조종한다”라고 말했다.

이미지의 수사학

상호텍스트성이라는 말은 크리스테바가 문

학에서 사용한 용어다.

정박이란 말은 바르트가 「이미지의 수사학」에서 광고분석을 통해 사용한 용어다. 모든 의미 가능한 사물과 사태를 텍스트로 보는 바르트가 이미지와 언어 간 영향을 주고받는 또 다른 형태의 상호텍스트성을 정박이라는 독창적인 용어로 정리한 것이다.

바르트는 활자매체의 이미지가 전하는 기호학적 메시지와 언어적 텍스트가 전하는 메시지를 그 상호근접성 때문에 분리할 수 없는 하나의 메시지라 설명하면서 정박의 예를 들었다. 예컨대 사다리 밑에 떨어져 있는 과일들을 보여주는 광고 이미지는 과수원의 ‘홍작’, ‘저급함’ 등을 나타내지만 ‘당신의 정원에서 방금 나온’이라는 수사학적 텍스트가 유기농이나 신선함 쪽으로 의미를 유도해 고정시킨다.



보도사진 이미지의 선택이 기술적·양적으로 자유로워진 지금, 그리고 언론이 이데올로기적으로 극단적 양극화를 보이는 요즘, 보도사진만큼 이데올로기적인 것도 없어 보인다. 박 대통령이 시장에서 서민들의 애환을 살피는 감자 사진은 말이 필요 없을 만큼 자명해 바르트의 말대로 ‘코드 없는 메시지’로서의 보도사진이다. 보수신문의 각도에서 잡았을 것으로 보이는 카메라 앵글이 이렇게 이데올로기적으로 전복될 수 있는 것은 ‘정박’ 때문이다.

하나 더 보자. 옆 페이지 사진의 왼쪽을 보면, ‘잘 자라(잠이나 자거라) 반기문’이라는 타이틀이 붙자 반기문 유엔사무총장은 갑자기 늙고 피곤해진다. 미 국무장관 존 케리와 반기문 유엔사무총장이 대화하는 장면이 있는 오른쪽 부분에서는 ‘너 (도대체) 어디에 있는 거니?’, ‘유엔의 투명인간, 불안 증폭시키는 반기문’이라는 진보신문들의 헤드라인과 ‘반기문은 미국의 애완견’이라는 텍스트가 붙자 사진의 이미지는 미 국무장관이 위압적인 자세로 유엔사무총장에게 뭔가를 지시하는 위치가 된다.

정박은 원래 텍스트가 이미지의 의미를 고정시키는 것이지만 정박이 이루어진 이후 상호텍스트성이 확립되면 이미지가 텍스트의 의미를 증폭시킨다. 긴 손가락은 더욱 길어지고 원래 큰 키는 더욱 커지면서 사진의 수평적 구도는 수직적 구도로 변한다. 유엔사무총장은 말 잘 듣는 푸들이 되고, 따라서 미국은 유엔보다 우위에 서고, 백인 우월주의자 입장에서 보면 기호학적 의미는 더욱 확대 재생산

된다. 이제 정박의 주체는 역방향이거나 양방향이 된다. 어느 방향이 우선이든 모두가 수사학적이다.

패키징의 수사학

바르트의 경우, 이미지의 다의성이 언어적 메시지에 의해서 고정되는 것인데, 이때 향구를 정하고 앵커를 내리는 정박의 주체는 언어가 된다. 현란한 수사법을 동원하는 반복적인 FMCG(Fast Moving Consumer Goods) 광고도 하루에 수천 건의 광고에 직간접적으로 노출되는 오늘날의 소비자 머릿속에서는 무의식 속에 부유하고 있을 뿐이다. 구매시점과 사용시점에서 패키지를 만나야 비로소 상품의 존재가 의식의 수면 위로 부상한다. [K]

〈다음 호에 계속〉

참고문헌

- 김경용, 기호학이란 무엇인가, 민음사, 2007
- 김희영 옮김, 롤랑 바르트 지음, 텍스트의 즐거움, 동문선, 1978
- 심세광 옮김, 루크 페레터 지음, 루이 알튀세르의 이데올로기, 엘피, 2006
- 최경호 옮김, 리처드 M.자너 지음, 신체의 현상학, 인간사랑, 1993
- 홍명희, 상상력과 가스통 바슐라르, 살림, 2016
- 홍우평 옮김, Jean Aitchison 지음, 언어와 마음, 역락, 2003
- 신현정 옮김, 벤자민 리 워프 지음, 언어, 사고 그리고 실재, 1956
- Roland Barthes, Rhetoric of the Image, 19/06/2016, <https://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf>