

경제 현상의 언어화를 통해 본 은유의 담화 구성력*

제민경** · 구분관***
(서울대학교)

<Abstract>

Je Min-kyeong, Koo Bon-kwan. 2014. *Metaphor's Discourse Constructing Power through the Verbalization of Economic Phenomena*. *Korean Semantic*, 43. By analyzing metaphors used in business newspaper texts, this research aims to figure out metaphor's power to construct discourse. Studied on how it is generated, metaphor can be seen as a process of creative thinking. Understood from the discourse it generates, however, it is also a power of language that composes and creates phenomena. While comparing one concept to the other, metaphor constitutes a way of thinking that seeks for a new classification as it finds out similarities or differences between the two concepts. At the same time, it holds ideological power that reorganizes the world through language by creating new discourse in the process. Business newspapers aim to express economic phenomena into language and in particular, it symbolizes a kind of text where a professional sector meets with our daily lives. In such texts, metaphors play the role of providing frames in accordance with narrator's perspective. In business newspapers, metaphor is a tool used for designating things and conceptualizing

* 이 논문은 2012년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.(NRF-2012년도-330-2012S1A3A2033717)

** 제1저자

*** 교신저자

events. With its power to compose discourse, it also serves as a mechanism to adjust the frame we take when looking at conflicts and to recreate phenomena.

핵심어: 은유(metaphor), 개념적 은유(conceptual metaphor) 담화(discourse), 담화 구성(discourse constructing), 경제 신문(business newspaper), 경제 현상(economic phenomena), 언어화(verbalization), 틀(frame), 언어 창의성(linguistic creativity)

1. 서론

“문제는 언어다.(G. Lakoff, 2013:9)”

이제는 정치권에서 중요한 명제가 되고 있는 이 언명은 담화(discourse)가 지니는 사회적 힘에 대한 명시적 자각을 보여 준다. 언어란 단지 개인의 생각을 전달하는 중립적 매체가 아니며, 언어 주체가 텍스트를 생산하고 소통하는 과정은 하나의 사회적 실천 행위로 존재한다. 이때 언어는 ‘사과의 상징화 및 이런 상징화의 의사소통을 위해 언어 사용자가 이용하는 자원(J. Taylor, 2002:32)’으로 이해되며, 상징화의 사용자는 개념화의 주체²⁾로 존재한다.

은유는 이러한 개념화를 바라보는 하나의 관점이며, 동시에 개념화의 과정과 결과로서 자리매김한다. Lakoff가 문제시하였던 언어는 다름 아닌 ‘은유’였으며 이는 문학적 언어뿐만 아니라 우리 언어생활의 전면에 전제된 양식이기에 더 큰 힘을 발휘한다. 전제되었으나 함축적이고 드러나 있으나 많은 것

1) 국어교육의 장에서 ‘discourse’는 ‘담화’ 또는 ‘담론’으로 번역된다. 전자는 다시 ‘text’와의 관계에서 구어 텍스트와 문어 텍스트를 아우르는 상위 개념으로 사용되기도 하며, 좁게는 구어 텍스트만을 칭하는 용어로 쓰이기도 한다. 이에 비해 ‘담론’은 ‘사회적 행위’와 그 행위를 가능케 하는 ‘공동체’에 더 초점을 둔 번역어로 사용된다. 본 연구는 Fairclough의 견해에 따라 ‘discourse’를 ‘사회적 실천으로서의 언어 작용’으로 보며 이를 ‘담화’로 번역한다. 이는 담화를 ‘담화적 실천(discourse practice)’로 보되 그것이 드러나는 ‘언어’에 초점을 두는 것이다. 본 연구는 Lakoff의 인지의미론적 관점에서 은유를 고찰하되, 은유가 담화를 구성하는 방식을 분석하기 위해서 Fairclough의 비판적 담화 분석(critical discourse analysis)을 함께 채택한다.

2) 인지의미론에서는 장면을 해석하고 개념화하는 주체인 화자를 ‘개념화자(conceptual speaker)’로 정의한다. 연구자는 이 관점에 동의하되 이후에는 ‘화자’라는 말로 이러한 정의를 포괄한다.

을 감추는 것이 바로 은유이기 때문이다. 곧 특정 담화에서 은유 표현³⁾이 사용되었다면 이는 화자가 담화를 구성하는 과정에서 하나의 대상을 범주화하는 데에 특정 시각을 동원하였다는 의미가 되며, 이러한 초점화는 필연 다른 측면의 은폐를 초래한다. 해당 담화가 소통될 때 의미의 드러냄과 감춤은 모종의 이데올로기를 구성한다.

본 연구는 Lakoff가 정치 담화를 통해 보여 주었던 은유의 기능을 경제 담화를 통해 살펴보고자 한다. 경제 담화는 경제 현상을 언어화하는 장면에서 구성된다. 경제는 이론의 측면에서 특수하게 전문화된 영역이면서도 이것이 언중의 실제 삶과 밀접한 관련을 맺는다는 점에서, 경제 현상의 언어화는 전문 영역과 일상 영역의 교집합에 자리한다. 일정한 인과관계에 따라 법칙을 정립하는 법칙정립학(法則定立學)인 자연과학과 달리, 경제학의 토대가 되는 사회과학⁴⁾은 예측 불가능한 사회 현상이나 인간의 사고와 행위에 대해 기술하고 해석하는 개성기술학(個性記述學)으로서(신선경, 2009:37), 이때 언어는 이론의 정립 도구일 뿐만 아니라 이론의 전달 수단으로서 큰 의미를 지닌다.⁵⁾ 이런 점에서 경제 현상의 언어화의 한 양태인 경제 전문 용어는 전문 영역에 속해 있으면서도 끊임없이 일상의 언중들과 소통되는 양상을 보이며,

-
- 3) 은유(metaphor)는 사고의 양식과 표현을 포괄한다. 본 연구는 이 둘을 모두 포괄하는 의미로 ‘은유’라는 용어를 사용하되, 구별하여 지칭할 필요가 있는 장면에서는 ‘은유적 사고’와 ‘은유 표현’으로 명시한다.
 - 4) 경제학이 속하는 상위 분야가 무엇인가에 관해서는 이론(異論)이 있을 수 있다. 특히 수학적 통계가 경제학의 주요한 연구방법으로 대두되면서, 사회과학이 아닌 자연과학으로서 경제학을 바라보는 관점도 존재한다. 그러나 경제학이 수리적 방법론을 취한다 하더라도 그 학문적 지향과 목적은 경제 현상의 기술과 해석이다. 김형석·주세형(2013)에서는 경제학을 ‘경제 활동과 관련한 보편적 인간의 행동 양태(pattern)에 대한 연구를 하는 학문 분야’로 정의하면서 경제학의 연구 방법을 ‘대상을 객관화시키고 수리적 언어로 표상하는 방법’이라 설명하고 있다. 그러나 이 연구에서도 경제학은 비자연과학 분야로 분류된다. 이는 학문의 대상이 되는 경제 현상 자체가 지니고 있는 본질적 특성에서 기인한다.
 - 5) 신선경(2009:36-37)에서는 자연 현상의 언어화에서 언어를 (1) 자연 현상에 대한 경험이나 관찰을 하나의 이론으로 정립해 가는 이론 정립 도구로서의 언어와 (2) 정립된 이론을 다른 사람에게 이해시키고 전달하는 지식의 전달 수단으로서의 언어라는 두 가지 관점에서 접근할 수 있다고 보며, 자연 과학의 언어는 이 중 해석적 도구보다는 전자의 이론 구성의 도구로서의 성격을 더욱 강하게 띤다고 보았다. 경제 현상의 언어화도 마찬가지로 이러한 두 가지 관점에서 접근할 수 있지만 본 연구는 특히 후자의 관점에 주목한다. 이에 대해서는 2장에서 후술한다.

이 과정에서 수많은 메타 텍스트가 생산된다.

경제 현상의 언어화에서 촉발되는 일상성과 소통의 요구, 은유는 바로 이 지점에서 중요한 기능을 한다. 경제 현상을 이론화하고 이를 언증과 소통하는 과정에서 화자는 보편적 경험에서 근원 영역을 채택하게 되고, 목표 영역과 근원 영역의 사상(mapping)으로 이루어지는 은유는 전문 영역의 그것을 일상의 그것으로 이끌어오면서 확장시키고, 동시에 드러내지 않은 것을 효과적으로 감출 수 있다. 일상적 개념 체계의 본성은 근본적으로 은유적이므로 (G. Lakoff & M. Johnson, 2011:21) 전문 영역의 일상적 언어화는 필연적으로 은유의 과정을 거친다. 즉, 경제 현상의 언어화는 전문성과 일상성의 소통 과정을 보여 주며, 이 과정에서 은유는 합리적이면서도 체계적으로 이루어지는 새로운 범주화로서 언어가 지니는 창조력을 드러내 준다. 주의할 점은 그 창조적 과정의 이면에 숨겨진 모종의 의미를 읽어 내는 일이며, 이를 탐구하는 일은 언어의 본질과 힘에 보다 가까이 접근하는 길이다.

본 연구는 경제 현상의 언어화, 그 중에서도 전문성과 일상성의 교집합을 가장 잘 보여 줄 수 있는 한 양상이면서도 우리 주변에서 쉽게 구할 수 있는 ‘경제 신문’을 대상으로 하여 은유가 담화를 구성하는 과정에서 어떠한 역할을 하는지 구체적으로 분석한다. 신문은 보도의 목적을 지니며 사실성의 책무를 지니지만, 실상 그 사실성은 화자의 렌즈, 본 연구의 관점에서 은유의 렌즈를 통과한 것으로서 사태에 일정한 틀(frame)을 부여한다. 그런데 Lakoff의 연구에서도 그랬지만, 우리는 흔히 정치와 같은 양극성을 지닌 분야의 담화에는 분명 특정 관점의 틀이 부여되어 있을 것이라 가정하지만, 이와 달리 경제 담화는 보다 중립적인 현상을 전달할 것이라 기대하는 양상을 보인다.⁶⁾ 본 연구는 경제 신문 텍스트의 은유를 분석함으로써, 상대적으로 중립적인 현상을 전달할 것으로 예상되는 경제 담화가 실상은 정치 담화와 마찬가지로 모종의 틀을 부여하고 특정 관점에서 현상을 창조하고 있음을 보이고자 한다.

분석을 위해 본 연구에서 대상으로 삼은 경제 신문은 ‘매일경제신문(매경),

6) 이러한 태도는 관련 연구물의 양적 차이에서도 읽을 수 있다. ‘정치 담화-은유-프레임’과 관련된 논의는 매우 많지만, 경제 담화와 관련된 논의는 찾기가 어렵다. 간혹 박영순(2007)과 같이 경제 신문 텍스트에서 개념적 은유가 활용된 양상을 살펴보는 논의는 있지만, 이러한 은유가 왜 사용되었고 담화 구성에서 어떠한 역할을 하는지에 대해서는 주목하지 않는다.

한국경제신문(한경), 서울경제신문(서경)’의 세 가지이다. 연구의 편의를 위해 대상 신문 텍스트는 2013년 10월 1일에서 12월 31일에 생산된 것으로 한정하되, 상호텍스트적 분석이 필요한 경우 그 외의 기사도 분석의 대상으로 삼았다.⁷⁾ 분석의 일차 대상은 신문 텍스트의 표제어이다. 신문 텍스트에서 표제어는 담화의 주요 흐름과 목적을 가장 잘 드러내 주는 언어적 장치이자 독자가 텍스트를 처음 만나는 지점이기도 하다. 본 연구는 경제 신문 기사 텍스트의 표제어를 살펴보면, 은유가 담화를 구성하는 방식과 나아가 현상을 창조하는 방식을 탐색해 보고자 한다.

2. 경제 현상의 언어화와 은유

2.1. 은유의 개념과 기능

2.1.1. 창발적 개념화로서의 은유

은유는 아리스토텔레스 이후 오랫동안 문학의 언어로 구분되었다. 아리스토텔레스의 수사학은 일상 언어(ordinary language)와 시적 언어(language of poetry)를 명확히 구별하고, 은유를 장식적인 언어의 용법으로 정의한다. 우리가 은유를 말하면 흔히 “내 마음은 호수”와 같은 시의 한 구절을 떠올리는 것은 수사학의 오랜 전통에서 비롯된다.

고전주의 견해에 대한 반기는 비교적 최근에 이루어지고 있는 화용론의 접근에서 찾아볼 수 있다. 화자와 청자의 관계에서 발화의 의미를 추적하는 화용론에서는 “내 마음은 호수”에서 ‘마음’과 ‘호수’의 표면적 의미에만 주목

7) 경제뉴스는 경제 현상과 관련 뉴스로 ‘인간의 생활에 필요한 재화의 생산과 소비 유통의 분야에서 취재 보도한 기사를 뜻하지만 넓게 정의하면 국가의 경제생활에 영향을 미치는 모든 뉴스가 경제뉴스의 범위에 들어갈 수 있다(박상권, 2002:14). 본 연구에서는 ‘경제 현상의 언어화’의 특정 국면에 보다 주목하기 위해서 좁은 의미의 경제뉴스를 대상으로 한다. 이를 위해 주요 경제신문만을 대상으로 1-5면에 등장하는 기사 텍스트를 살펴으며, 이 중에서도 경제 현상과 직접적 관련이 있는 기사로 제한하였다.

하여서는 발화의 참된 의미를 알 수 없음을 주목하다. Searle(1993:84)은 화자의 발화 의미(speaker's utterance meaning)와 단어 혹은 문장 의미(word or sentence meaning)를 구별하면서, 은유적 의미는 항상 화자의 발화 의미가 되며 이런 측면에서 은유가 화용적 연구의 대상이 됨을 밝힌 바 있다. Searle의 이러한 관점은 Grice의 대화의 격률과 함축 개념으로 이어진다. Sandra(2006:22)의 기술에 따르면, Grice에게 은유는 질의 격률 중 첫 번째 격률, 곧 진실성의 격률을 위반한 거짓으로 간주된다. 함축은 이러한 격률 위반 소통에 대한 이론적 설명이 된다.

화용론이 이미 발화된 언어의 사용 맥락과 관련하여 은유의 의미에 접근한다면, 인지미론은 은유 발생의 근원을 우리의 사유 방식과 결부시키면서 은유에 대한 보다 본질적인 접근을 시도한다. 인지미론에서는 개념이 은유적으로 구조화되고, 행위가 은유적으로 구조화되고, 따라서 언어가 은유적으로 구조화된다(G. Lakoff & M. Johnson, 2011:24)고 본다. Lakoff & Johnson(2011)은 언어학 전통에 널리 퍼져 있는 객관주의와 주관주의의 구별을 비판하고 언어에 대한 체험주의적 관점을 취하는데, 이에 따르면 진리는 범주화에 따른 원형 개념으로 드러나며, 상호 이해 능력은 체험의 주체에 대한 자기 이해와 맞물린다. 따라서 일상 언어에 널리 퍼져 있는 은유는 문학 장르에 국한되는 수사법이 아니라 일상 그 자체이며, 이는 발화의 방식일 뿐만 아니라 사고의 방식이기도 하다.

이러한 개념적 은유론의 관점에서 보면 은유화 과정은 곧 개념화 과정이며 개념화 과정은 곧 범주화 과정이다. 은유는 대상을 나의 경험을 통해 언어화하는 방식이자 이를 표현하는 방식으로서 의미를 획득한다. 단순히 겉으로 드러난 언어 표현 그 자체뿐만 아니라 그러한 표현을 가능케 하는 인지적 사고 과정을 포괄한다. 그리고 이때의 사고는 Lakoff & Johnson(2011:27)의 견해대로 ‘체험적이고 창발적인 것’이다. 이러한 관점에 따르면 우리는 은유에 대한 접근을 통해, 언어 표현과 언어화 과정이라는 두 가지 층위를 통합할 수 있다.

이도흙(2004:340-341)은 은유가 개념 체계에 따라 소통하고 행동하는 양식이며 여기에는 ‘문화적 배경’이 작용함을 간과해서는 안 된다고 역설하였다.

이는 Lakoff & Johnson(2011:53-57)이 은유의 ‘문화적 정합성’이라 일컬은 것과 상통한다. 개념화의 주체인 개인은 문화 안에 존재하므로, 개념화의 양식은 문화에 영향을 받는다.

이런 점에서 은유는 언어의 창의성을 드러내 주는 기제로서도 기능한다. Sternberg와 Lubart(1999)는 창의성을 ‘제약성’과 ‘독창성’이라는 두 가지의 속성으로 정의한 바 있는데, 이는 ‘새로우면서도 적절한 것’이라는 창의성의 일반적 정의의 토대가 된다. 새로움은 한 대상을 다른 대상의 관점으로 경험하는 은유의 본질에서 획득되며,⁸⁾⁹⁾ 제약성은 문화적 정합성을 만족시키는 담화를 구성하는 과정에서 성취된다.

Lubart & Getz(1997)의 연구는 은유가 지니는 이러한 창의적 가능성을 세 가지의 특성으로 정의한다. 이 연구는 은유가 첫째, 하나의 문제에 대한 새로운 관점들을 제공할 수 있는 선택적 비교들을 제공하여 문제를 재정의하는 통찰을 생성하고, 둘째, 하나의 문제에 대한 통찰을 구성하거나 확장하여 창의적 아이디어를 만들어 내기 위한 토대를 제공하며, 셋째, 새로운 아이디어들을 청자와 소통할 수 있게 만든다고 주장한다. 결국 개인의 체형에서 비롯되는 은유는 담화를 구성하면서 청자와 만나게 되고, 화자는 담화를 통해 자신의 창발적 체험을 세계와 공유하게 된다.

본 연구와 상통하는 문제의식을 드러낸 연구로 신명선(2009-7)이 있다. 이 논의에서는 국어 어휘가 담화 구성에 적극적으로 참여하여 틀(frame)을 부여하고, 이것이 담화 구성 과정에서 충돌, 조정, 창조되면서 소통이 이루어진다고 보았다. 언어 생성이 단순히 어떤 정보를 나열하거나 전달하는 것에서 넘어서 소통 과정에서 담화를 적극적으로 구성하고 새로운 담화를 창조할 수 있다고 보는 점에서, 본 연구에 많은 시사점을 던져 준다. 다만 이 연구는 이미 표현된 어휘가 발휘하는 담화 구성력에 초점을 맞추었다는 점에서 본 연

8) 모든 은유는 새로운가? 이 질문에 대해 Searle(1993)이나 Lakoff & Johnson(2011)은 ‘죽은 은유’가 있을 수 있음을 인정한다. 은유가 특정 언어에 관습적으로 고정된 하나의 표현만으로 구성되고 그러한 표현이 다른 은유적 개념과 체계적으로 상호작용하지 않을 때 해당 은유는 죽은 표현으로 간주된다. 이런 표현은 해당 어휘에 부착되어 다의어로서 사전에 등재되기도 한다. 본 연구에서도 이러한 표현은 연구 범위에서 제외하였다.

9) 제민경·구분관(2013)에서도 창의성에 대한 이러한 관점을 읽을 수 있다. 이 논의에서는 언어적 창의성을 ‘창의적 과제, 창의적 소통, 창의적 텍스트’의 관계를 통해 정의하고 있다.

구의 관점과 차이를 지닌다. 본 연구는 이러한 언어화를 추동하는 사고 과정에 보다 초점을 두기 위해, 표현된 어휘가 아닌 은유라는 사고 양식에 주목한다. 개념화로서의 은유에 주목할 때, 특정 관점에서 해당 속성을 선택하고 다른 속성은 선택하지 않은 화자의 의도를 보다 명백히 드러낼 수 있으며, 언어화 과정과 결과로서의 어휘와 문법에 보다 포괄적으로 접근할 수 있기 때문이다. 이는 언어를 사고 양식이자 사고가 반영된 하나의 행위로서 규정하는 것이다. 본 연구는 이러한 접근이 언어가 지니는 인지적·창조적 힘을 보다 적극적으로 드러내는 방식이라 판단한다.

2.1.2. 드러냄과 은폐의 도구로서의 은유¹⁰⁾

앞서 살펴본 바와 같이, 은유는 하나의 대상을 다른 대상의 관점에서 범주화하는 개념화의 양식으로서, 담화를 구성할 때 ‘목표 영역과 근원 영역의 사상(mapping) 관계(Taylor, 2002)’를 통해 의미 작용을 일으키는 사회적 실천 양식이다.

Lakoff & Johnson은 개념화 과정에서 필연적으로 드러나는 은유의 또 다른 기능으로서 ‘은폐’를 언급한다. 곧 “은유적 개념은 어떤 개념의 한 측면에 초점을 맞추도록 함으로써 그 은유와 일치하지 않는 그 개념의 다른 측면에 초점을 맞추는 것을 방해한다(G. Lakoff & M. Johnson, 2011:31)”는 것이다. 예컨대, “저 사람은 미련한 꿈”이라는 은유 담화를 구성하면 청자는 일차적으로 ‘미련한 꿈’에 주목한 나머지, ‘저 사람’이 지니고 있는 다른 특성들은 잘 고려하지 않게 되고, 결과적으로 청자는 화자가 구성한 방식에 따라 ‘저 사람’을 규정하게 된다. 이는 개념적 은유에서 보다 암시적이면서도 치밀하게 이루어진다. “너는 시간을 낭비했다.”와 같은 담화를 구성하는 순간, ‘시간은 돈’이라는 은유가 촉발되고 이는 시간이 지니고 있는 다른 측면의 가치를 은폐한다. ‘시간은 돈’이기 때문에 이를 낭비한 ‘너’의 행위는 잘못된 것으로 간

10) 김주식(2011:36)에서도 개념적 은유 이론을 도입하여 은유의 부각(highlighting)과 은폐(hiding) 기능을 언급하고 있다. 본고는 은유의 주된 기능을 ‘드러냄을 통한 은폐’로 보아, ‘부각’이라는 용어 대신 ‘드러냄’이라는 용어를 채택한다.

주된다.

경제 현상의 언어화에서도 마찬가지이다. 박영순(2000), 신진원·박기성(2011)에서는 경제 텍스트에 드러나는 은유의 양상을 고찰하고 있는데, 이들 연구에 따르면 한국어 경제 텍스트에 나타나는 개념적 은유는 경제라는 목표 영역이 전쟁, 기후, 생물 등의 근원 영역으로 사상되면서 발생한다. 앞서 기술한 바와 같이, 경제 현상은 전문 영역에 속해 있으면서도 소통의 과정에서 일상의 개념화를 피하기 때문에 이러한 사상은 빈번히 이루어지며, 사상된 속성은 사상되지 않은 속성을 숨기는 역할을 한다.

이런 면에서 정치적 은유에 대해 논의한 Gastil(1992:488)은 은유가 청자에게 무의식적 전제를 불러일으킨다고 지적한 바 있다. 본 연구에서는 이러한 무의식적 전제를 불러일으키는 인지적 도식을 틀(frame)로 정의한다. 틀에 대한 인지언어학적 정의는 Fillmore의 틀의미론 연구에서 찾아볼 수 있다. 그는 틀을 ‘개념의 체계, 곧 한 개념을 이해하기 위해 그 개념이 위치한 전체 구조를 이해해야 하는 방식’이라 정의하면서, 때문에 우리가 그 체계의 하나를 선택하여 담화를 구성한다 하더라도 그와 동시에 체계의 다른 모든 것들이 자동적으로 활성화될 수밖에 없다고 역설한다(Fillmore, 1982:111). 김동환(1999:10)에서는 이에 대해 단어 의미는 서로 직접적으로 관련되는 것이 아니라 공통적인 배경 틀과의 관련성에 의해 간접적으로 연결되는 것이라 보았다. 이는 단어들이 전제하는 사회적 기관 혹은 체험의 구조를 이해하지 못하면 단어의 의미를 진정으로 이해할 수 없다는 Fillmore(1982:116)의 견해에서도 찾아볼 수 있다. 이로 인해 예컨대 “경제 위기 폭탄”이라는 표현을 씀으로써 ‘경제는 전쟁이다’라는 개념적 은유를 언어 표층으로 촉발하는 순간, 우리는 전쟁의 주체와 그들이 사용하는 전쟁 무기가 무엇인지 상정하게 되는 것이다. 그리고 이때 폭탄으로 범주화된 대상은 적군의 무기로서, 이는 자동적으로 ‘우리’가 대항하여 이기고 철폐해야 할 것으로서 우리의 개념 체계에 자리하게 된다.

Lakoff(2013) 또한 ‘세상을 바라보는 방식을 형성하는 정신적 구조물’로서 틀에 주목하였다. 인지적 무의식이라 불리는 틀에 주목하였을 때 언어를 통해 세상을 볼 수 있고, 틀의 재구성을 통해 언중이 세상을 보는 방식을 바꿀

수 있다. Lakoff는 이 틀이 언어, 그 중에서도 순전히 은유로 이루어진다고 보았다.

중요한 것은 어떤 방식으로 이러한 틀에 윤곽을 부여하는가의 문제이다. 은유는 틀에 특정 윤곽을 부여하는 인지적 과정이면서 동시에 그것이 드러나는 어휘 층위와 연결되는 언어적 과정이다. 따라서 은유로 구성된 담화에서는 윤곽이 부여된 틀이 구성되고, 이는 소통 과정에서 화자와 청자에게 사태를 바라보는 인지적 도식으로 작용한다.¹¹⁾ 본 연구에서는 이러한 담화 구성을 통해 경제 현상의 언어화에서 은폐되는 것이 무엇인지 살펴봄으로써, 은유의 기능을 구체적으로 드러내고자 한다.

2.2. 경제 현상의 언어화와 은유의 층위

경제 현상의 언어화, 그 중에서도 경제 신문 텍스트를 대상으로 은유를 탐색하기 위해서는 담화의 층위를 구별해야 할 필요가 있다. 어떤 층위에 속하느냐에 따라 언어화의 양상과 은유의 개념이 달라질 수 있기 때문이다.

특정 분야의 언어화와 은유를 관련짓는 논의는 주로 과학 분야에서 이루어져 왔다. 과학의 은유에 대한 논의에서 은유는 ‘사유의 도구인 동시에 화자가 사유한 내용을 청자에게 전달하여 청자의 이해와 설득을 얻어내기 위해 사용되는 도구(신선경, 2006:140)’로서 정의되며, 이때 ‘사유의 도구로서의 은유’는 이론의 층위로, ‘청자의 이해와 설득을 위한 은유’는 소통의 층위로 대별된다.

경제 현상의 언어화 또한 이러한 두 가지 층위로 구별할 수 있다. 우선 학

11) 은유가 불러일으키는 인지적 도식 곧 ICM(idealized cognitive model, 이상화된 인지 모형)을 설명하는 개념에는 틀(frame) 외에 ‘영상 도식(image schemas)’이나 ‘개념적 혼성(conceptual blending)’도 존재한다. Johnson의 ‘영상도식’은 인간의 움직임이나 사물의 운동에서 나타나는 반복적인 패턴을 말한다. 즉, 영상도식은 운동적 경험과 지각적 경험에 대한 일종의 표상이다. Fauconnier & Turner의 ‘개념적 혼성’은 역시 은유에 대한 다른 접근법을 제공한다. 이전까지 은유에 관련된 논의보다 훨씬 더 광범위한 자료를 다루고 있는 개념적 혼성 이론은 은유를 보다 일반적인 언어 현상으로 간주한다. 관련하여 Taylor(2002)와 김동환(1999)을 참고할 수 있다. Fillmore의 틀은 이러한 영상 도식, 개념적 혼성과 같은 개념을 포함하는 포괄적인 용어로 사용된다.

문 분야로서 경제 현상을 대상화하는 이론 층위의 언어화가 존재하며, 다음으로 이를 언중이 체험하는 일상으로서의 경제와 연결하는 소통 층위의 언어화가 존재한다. 두 층위는 동일한 경제 현상을 대상으로 하면서도 다른 방식으로 다른 지점을 초점화하며, 이때 은유는 이론 구성의 방편이자 소통의 방식으로서 동원된다. 이를 담화의 주체와 생산된 텍스트 유형으로 정리하면 아래와 같다.¹²⁾

<경제 현상의 언어화의 층위>

층위	담화 실천의 주체	텍스트 유형
이론	학술 공동체 (연구 집단)	학술 텍스트 (학술 논저 및 학술 보고서)
	연구 집단	연구 집단 내의 뉴스레터
소통	연구 집단 ↔ 학습자	대학 교재, 교과서, 학습 만화
	연구 집단 ↔ 언론 집단 ↔ 언중	경제 신문 및 경제 잡지의 기사

본 연구에서 대상으로 삼고 있는 경제 신문 텍스트(음영 표시)는 소통 층위 중에서도 담화 실천의 주체가 중층적으로 존재하는 특성을 지닌다.¹³⁾ 경

12) 신선경(2008:89-90)에서는 과학 텍스트의 종류를 아래와 같이 분류하고 있다. 이는 생산 목적과 예상 독자에 따른 장르(텍스트 유형)를 분류한 것으로서, 본고의 관점에 따르면 이론의 층위와 소통의 층위가 섞여 있는 양상을 띤다. 본 연구는 어느 층위에 속하느냐에 따라 은유가 동원되는 양상이 다를 것이라 판단하기 때문에, 층위를 중심으로 분류한다.

목적	장르별	예상 독자
연구	제안서 및 결과 보고서	일반적 지식과 한정된 정보를 가지고 있는 연구자 집단의 동료 연구자 및 정책 결정자
	학술 논저	전문가 및 대학원생
	실험보고서 및 실험 노트	
	연구 집단 내의 뉴스레터	
교육	초, 중, 고 교과서	일반적 지식과 한정된 정보를 제시 받는 문외한
	대학 교재	대학 수준의 일반 지식을 습득하고 있는 문외한
정보 전달	잡지 및 신문의 과학 기술 관련 기사	과학기술에 대한 지식이 없는 문외한
	과학 잡지 및 과학 교양서의 과학 에세이	과학 기술 분야에 관심이 있는 독자

13) 이는 신문 텍스트가 지니는 일반 특성에서 기인한다. 이와 관련해서 남가영(2009), 주세형(2010), 이관희(2010, 2012), 제민경(2011, 2013)의 논의를 참고할 수 있다. 이들 논의는 신문 텍스트가 지니는 장르성의 하나로 목소리의 중층성에 주목하고 있다.

제 신문 텍스트의 생산 주체는 일차적으로는 언론 집단의 기자이지만 이들은 경제 현상이라는 전문 영역을 토대로 하는바, 이들이 생산해 내는 텍스트는 어휘나 문법의 선택에서 학술 공동체의 그것을 일면 닮아 있다.¹⁴⁾

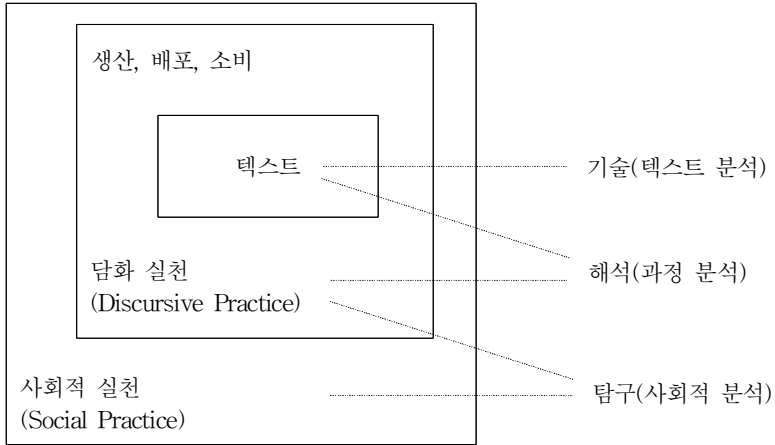
이로 인해 신문 텍스트라는 담화의 생성 과정에서 은유가 개입하는 지점은 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 경제 현상의 특정 대상이나 현상 그 자체를 명명하기 위해 은유가 동원되는 것이고, 둘째는 이를 신문 텍스트라는 담화로 구성하는 과정에 은유가 동원되는 것이다. 전자가 특정 경제 현상이나 경제 주체를 하나의 대상으로 삼고 이에 윤곽을 부여하여 은유화한 것이라면, 후자는 경제 현상의 소통 과정으로서 담화의 구성 과정에 은유가 사용되는 것이다. 전자는 주로 전통적 의미의 은유 표현으로 드러나지만 후자는 개념적 은유를 통해 암시적으로 드러나는 경우가 많다. 이러한 층위는 신명선(2009ㄴ)의 ‘개념화 과정, 초점화 과정, 언어화 과정’의 구별과 일면 상통한다.¹⁵⁾ 본 연구는 인지적 과정으로서 은유에 초점을 맞추는바, 어휘의 표현 기제가 아닌 ‘은유의 개념화 대상’에 따라 ‘특정 대상의 명명’ 층위와 ‘사태의 담화 구성적 개념화’ 층위로 구별하여 살펴본다. ‘경제 현상의 언어화’는 이 두 층위를 포괄하며, 담화 구성의 관점에서 보면 이 두 층위는 하나의 과정으로 통합될 수 있다.

은유가 담화 구성에서 담당하는 기능에 따라서도 구별이 가능하다. 경제 현상의 소통을 위해 사용되는 은유는 담화 구성에서 사태를 구체적으로 전달하는 역할을 담당한다. 이에 반해 은유가 보다 적극적 의미의 사태 해석 도구로 사용되었다면 이는 담화 구성에서 사태에 틀을 부여하여 현상을 다른 시각으로 창조할 수 있다. 이는 Fairclough의 담화 분석의 층위에서 담화 실천의

14) 이로 인해 ‘-는 것이다’라는 문법 형태에 주목한 남가영(2009)은 신문 텍스트와 학술 텍스트를 공통의 연구 대상으로 삼고 있다.

15) 신명선(2009ㄴ)에서는 어휘의 사용 기제를 중심으로 어휘의 표현 과정을 개념화 과정, 초점화 과정, 언어화 과정으로 구별하고 개념화 과정은 ‘표현하고자 하는 경험이나 생각 등을 구조화하고 선택하며 구체화하는 과정’, 초점화 과정은 ‘표현 내역을 자신의 시각으로 재정립하는 과정’, 언어화 과정은 ‘형태적, 통사적 구성으로 실제 언어로서 표현하는 과정’으로 정의한 바 있다. 본 연구는 은유를 중심으로 보았을 때 개념화 과정은 초점화 과정을 필연적으로 포괄하며, 담화 구성에서 보았을 때 언어화 과정과 앞선 두 과정은 분리될 수 없다고 판단한다.

범주에서 텍스트의 단서를 해석(interpretation)하는 과정 분석 층위와, 사회적 실천의 범주에서 텍스트를 포함한 담화 실천을 이데올로기의 측면에서 탐구(explanation)¹⁶⁾하는 사회적 분석 층위로 구별될 수 있다.



<담화의 세 가지 층위(Fairclough, 1992:73)>

본 연구는 모든 담화의 구성은 사회문화적 실천 행위로서 존재한다고 보지만, 그것이 담지하는 이데올로기와 현상의 재편 가능성을 중심으로 ‘보다 적극적인 사회적 실천 행위로서의 은유 사용’과 ‘보다 소극적인 담화 실천으로서의 은유 사용’으로 구별이 가능하다고 판단한다.

3. 경제 신문 텍스트에서 은유의 담화 구성 양상

본 연구에서 은유의 담화 구성과 관련하여 탐색하고자 하는 측면은 크게

16) 김은성(2013:164)에서는 ‘explanation’을 ‘설명’으로 번역하고 있다. 그러나 본고는 ‘설명’이 지니는 소통상의 의미를 고려할 때 ‘explanation’의 의미를 축소할 가능성이 있다고 판단하여, 보다 적극적 행위를 내포하는 ‘탐구’로 번역한다.

두 가지이다. 첫째는 2장에서 논의한 바와 같이 담화 실천의 층위에서 텍스트에 생성된 은유를 해석하는 것이고, 둘째는 사회적 실천의 층위에서 현상에 적극적 틀을 부여하는 은유의 이데올로기적 측면을 탐구하는 것이다. 본고는 전자를 ‘현상의 언어화’, 후자를 ‘현상의 창조’라 명명한다.

본 연구는 개념화로서의 은유가 언어의 담화 구성력을 드러내 주는 주요 기제가 된다고 판단하지만, 경제 신문 텍스트에 동원된 은유의 양상을 살펴 보기 위해 속성 은유로 대표되는 수사적 은유도 배제하지는 않는다. 현상의 언어화에서 동원되는 은유 중 대상을 명명하는 방편으로서의 은유는 개념적 은유보다는 수사적 은유에 가깝다.

3.1. 현상의 언어화와 담화 구성

3.1.1. 대상의 은유적 명명을 통한 사태의 정의

경제 현상의 언어화에서 은유의 일차적 사용은 특정 대상이나 현상을 명명하는 데에서 이루어진다. 어떤 현상을 전달하고자 할 때 그를 경제 영역의 것이 아닌 일상 영역의 언어로 사상하는 것이다. 이러한 은유의 사용을 통해 경제 신문 텍스트의 화자는 장황한 설명 없이도 자신의 의도대로 현상을 의미화할 수 있다. 이러한 은유는 신문 텍스트의 다른 분야에 비해 특히 경제 분야에서 활발하게 이루어진다.

(예1) SPP그룹 자금관리단은 ‘생선가게 고양이?’ <한경 2013.12.5.>

(예1') 부실 SPP그룹 거덜낼 자금관리단 <매경 2013.12.5.>

(예1)은 자금난을 겪고 있던 SSP그룹을 돕겠다고 나선 금융권이 오히려 ‘자율협약을 맺은 후 부당대출을 통해 회사 부실을 키웠을 뿐만 아니라 해당 기업의 법인카드까지 받아 흥청망청 쓰는 도덕적 해이’를 보인 현상을 비판하는 기사의 표제어이다. 이 표제어는 속담인 “고양이한테 생선을 맡긴다.”에서 변형한 ‘생선가게 고양이’로 자금관리단을 은유하여 그들의 잘못된 행태

를 직접적 의도를 가지지 언어화 과정에서는 비명시적·우회적으로 비판하고 있다. 이는 동일 사건을 전하고 있는 (예1')과의 비교를 통해 보다 분명히 드러난다. (예1')는 자금관리단이 그룹을 '거덜낼 것'이라 하며 의미가 강한 어휘를 표제어로 채택하고 있지만, 금융관리단이 '고양이'와 같은 존재였음에 대한 함의는 전달하지 못한다. (예1)은 '생선가게 고양이'라는 은유 표현을 통해, 다만 자금관리단이 그룹을 '거덜낸' 현 상황뿐만 아니라, 그러한 행위를 초래한 금융관리단은 '생선을 맡긴 고양이'와 같기에 '믿지 못할 사람에게 맡기지 말아야 할 것을 맡긴 현상'에 대한 비판까지 암시적으로 행하고 있다.

이는 '감추면서도 드러내는' 은유의 기능을 잘 보여 준다. 만일 은유를 동원하지 않았다면 '자금관리단은 오히려 SSP그룹을 더 큰 어려움에 처하게 함', '자금관리단은 감시 기능을 하기에 부적절한 단체임'이라는 두 가지 명제를 드러내기 위해 표제는 물론 문장 형식의 부제까지 동원되어야 했을 것이다. '생선가게 고양이'라는 은유 표현을 사용함으로써 화자는 관습화된 맥락을 청자와 공유할 수 있고, Fillmore(1982)가 역설한 대로 동시에 체계의 다른 모든 것들을 청자에게 자동적으로 환기시킬 수 있다.

(예2) 길잃은 국가R&D '돈먹는 하마' <매경 2013.11.7.>

(예3) 모래성 장세? <매경 2013.10.16.>

감추면서도 드러내는 은유의 기능으로 인해, 대상의 은유적 명명은 비판의 대상이 되는 상황에서 보다 극명하게 드러난다. (예2)는 '세계 최고 수준의 연구개발비를 써도 수익성이 낮은 국가 R&D'에 대한 비판적 논조를 담은 기사 텍스트의 표제어이다. 이 기사의 화자는 우리나라 국가 R&D가 수익성이 낮은 이유를 '연구소 간 협업 부족으로 인한 우수 인재 이탈'로 보고, 이러한 현상을 '물먹는 하마'라는 특정 브랜드를 패러디한 '돈먹는 하마'로 은유하고 있다. 브랜드였던 '물먹는 하마'가 물을 많이 마시는 하마의 자체적 특성에서 착안한 표현이라면, '돈먹는 하마'는 하마처럼 몸집(규모)은 크면서도 적정한 결과물 없이 많은 연구비를 쓰고 있는 R&D를 비판하는 기능을 하고 있다.

(예3)은 우리나라 주식시장이 현재 지니고 있는 위험성을 ‘모래성’이 지니고 있는 특성이 빗대 은유적으로 표현하고 있다. 모래성은 아무리 높게 지어져도 그 특성상 작은 공격이나 침입에도 쉽게 무너진다. 이 기사의 화자는 코스피가 올라 주식시장이 커지는 듯하지만, “거래대금 증가가 동반되지 않은 가운데 일방적으로 외국인을 끌어올린 측면이 강해 질적 측면에서 시장이 올라섰다고 보기는 어렵다”는 비판적 분석을 내놓고 있다. 이는 ‘개인·기관 빠진 증시…거래대금·예약금 바닥’이라는 부제를 통해서도 추가적으로 드러난다. 화자는 은유를 사용함으로써 ‘모래성’이라는 세 글자만으로 이러한 현상을 효과적으로 의미화하고 있다.

(예4) ‘정치 늪’ 빠진 슈퍼코끼리 / 되살아나던 경제마저 휘청 <매경 2013.11.15.>

경제 신문 텍스트에서 은유는 특정 대상에 지속적인 의미를 부여하는 장치로도 사용된다. (예4)의 ‘슈퍼코끼리’는 ‘인도’라는 국가에 대한 은유 표현이다. 인도를 ‘코끼리’로 은유하는 표현은 2005년에 처음 등장한다. 해당 신문의 2005년 12월 1일 기사는 “코끼리는 움직임이 굼뜨다. 그러나 일단 달리기 시작하면 큰 걸음에 가속도가 붙어 아주 빠르다.”는 인도 총리의 말을 인용하면서 시작한다. 해당 기사는 인도의 경제적 성장을 “‘잠자던 코끼리’ 인도가 깨어나 달리기 시작했다.”는 은유 표현으로 응축하고 있다. 이후 슈퍼코끼리라는 표현은 해당 신문의 2006년 6월 1일 기사에서 처음 등장하며, 이후 2007년 해당 신문사가 발행한 ‘슈퍼코끼리 인도가 온다’라는 책을 통해 보다 대중화된다. 인도 경제를 ‘코끼리’에 은유했기에 해당 신문은 인도 경제에 대한 다양한 시각을 ‘코끼리’라는 일관적 표현으로 함축할 수 있다. 경제 현상을 언어화할 때 은유 표현을 사용함으로써 현상을 효과적으로 정의하면서도, 동시에 은유 표현을 자신들에게 귀속시켜 연속적 사태를 언명하고 미래를 예측하고자 하는 경제 신문 텍스트의 특성을 엿볼 수 있는 사례이다.¹⁷⁾

17) 이러한 특성은 경제 신문 가운데도 ‘매일경제신문(매경)’에서 특히 두드러지게 나타난다. 연구자가 수집한 3개월간의 표제어 중에서도 매경의 표제어는 유독 은유 표현을 빈번하게 사용하고 있었다. 이는 해당 신문이 추구하는 정체성과 연결되는 측면이 있을 것이라 추정되지만, 본 연구는 경제 신문 간의 비교를 통한 특성 추출을 목표로 삼지 않으므로 이를 구체

대상을 은유적으로 명명함으로써 사태를 정의하는 이러한 현상은 이론 층위의 언어화에서도 빈번히 일어난다. 예를 들어, ‘레드오션’이나 ‘블루오션’, ‘블랙스완’, ‘펭귄효과’ 등, 이론 층위에서 현상을 명명하는 방식에도 은유가 동원된다. 이는 여타의 영역에서 은유가 일반적으로 소통 층위에서 주로 사용되는 것과는 다른 양상이다. 경제 현상의 언어화는 사회 현상의 예측 및 전망 기능을 수행해야 하므로, 이론 층위의 언어, 그 중에서도 대상의 명명은 태생적으로 소통 층위의 언어와 닮아 있다. 이런 면에서 경제 현상의 언어화에서 은유는 이론 층위와 소통 층위의 언어화를 연결하는 역할도 수행한다 볼 수 있다.

3.1.2. 사태의 개념적 은유화를 통한 담화 구성

특정 대상이나 현상을 다른 대상의 관점에서 명시적으로 명명하지는 않지만 개념적 은유를 통해 사태를 범주화하는 사례도 경제 신문 텍스트에서 발견할 수 있다. 아래의 예는 개념적 은유를 통해 사태를 전달하고 있다.

(예5) 미국이 멈췄다 <서경 2013.10.1.>

(예6) 송도가 살아난다 <서경2013.10.17.>

(예5)는 미국의 섯다운 사태를 전달하기 위해 ‘국가는 생명체이다’ 혹은 ‘국가는 컴퓨터이다’ 개념적 은유를 사용하여 담화를 구성하고 있다. ‘섯다운’은 원래 ‘전원 고장, 사고, 기타 오류 등의 이유로 컴퓨터 시스템의 작동이 중지되는 것’을 뜻하는 컴퓨터 관련 용어인데, 특정 경제 현상에 사용되면서 ‘부분 업무 정지’라는 의미로 통용되고 있다. 곧 ‘섯다운’이라는 용어 자체가 이미 일차적으로 국가라는 대상을 컴퓨터에 빗대어 은유하는 표현인데, 이것이 경제 영역에서 광범위하게 사용되면서 명명의 측면에서는 죽은 은유가 된 채 경제 영역에서는 일종의 전문 용어로 사용되고 있는 것이다. 이는 일상의

언중에게는 다소 난해한 개념일 수 있으므로 (예5)는 ‘셋다운’의 원래 의미를 복원하여 ‘국가는 컴퓨터이다’ 은유로 사태를 효과적으로 전달하며 이후의 담화를 구성하고 있다. 이는 ‘일상적 개념체계를 사용해서 사건의 의미를 은유적으로 구성하는 매스미디어의 특성(이병주 외, 2007:395)’을 잘 보여 준다.

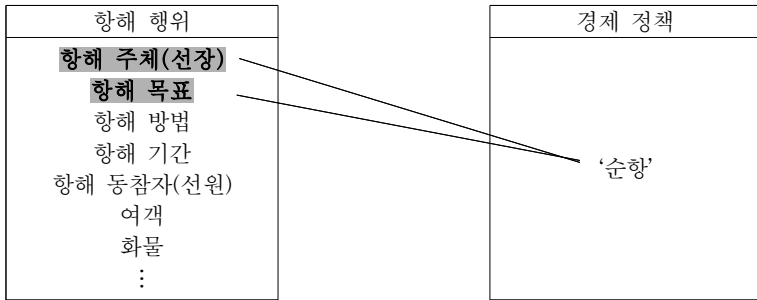
동일 신문에서 다른 사태에 붙인 (예6)의 표제어도 이와 비슷하다. 여기에는 전문적인 경제 현상이 언어화되고 있지는 않지만, 국제기구 유치와 기업 이전 등으로 송도국제도시의 아파트 매매가가 오르고 있는 현상을 ‘송도가 살아난다’는 표현으로 함축하고 있다. 이는 ‘도시는 생명체이다’라는 개념적 은유를 활용한 것이다. 도시의 활성화 여부는 다양한 지표로 접근이 가능하므로, 실상 아파트 매매가가 오르고 있는 단면적 현상으로 ‘송도의 살아남’을 객관적으로 언명할 수는 없다. 그러나 경제의 시점에서 보았을 때 ‘아파트 매매가’는 분명 경제 회생의 뚜렷한 증표가 될 수 있고, (예6)은 이러한 현상을 ‘송도가 살아난다’는 은유 표현으로 ‘사실화’함으로써 긍정적 미래를 예측하고 있다.

(예7) 日 뚜렷한 목표향해 순항…韓 우왕좌왕 <매경 2013.10.1.>

(예7)은 아베 총리의 일본 경제와 박근혜 대통령의 한국 경제 현황을 비교하면서 ‘경제는 항해이다’ 은유를 사용하고 있다. 이 기사 텍스트의 화자는 ‘과감한 양적 완화, 공격적인 재정 투입, 성장 추구’의 목표를 지닌 일본 경제 현황을 긍정적으로 평가하고 출발부터 늦어 뚜렷한 목표를 제시하지 못한 한국 경제의 부정적 현황을 부각시키기 위해, 일본 경제에 대해 ‘순항’이라는 은유 표현을 사용하고 있다. 항해는 선장의 역할이 중요한 과업이면서도 날씨와 같은 외부 원인에 영향을 받는 일련의 과정이다. 이러한 은유 표현을 사용함으로써 화자는 순항을 방해하는 요소를 ‘비바람’과 같은 날씨 은유로 표현할 수 있고, 순항을 책임지는 선장으로서의 총리나 대통령의 역할을 부각시킬 수 있다. 또한 언제든 다각도로 변화할 수 있는 경제의 특성을 효과적으로 전달할 수 있다.

그런데 여기서 주목할 점은 ‘순항’이라는 개념적 은유 표현이 은폐하는 지

점이다. 언뜻 ‘순항’이라는 표현을 통한 ‘경제는 항해이다’ 은유는 사태를 전달하는 도구일 뿐 특정 관점이 개입되었다고 읽히지 않는다. 그러나 해당 기사 텍스트들을 보면 ‘순항’에는 언제나 ‘목표’가 존재하며, 때문에 ‘선장’은 목표를 향해 나아가는 것을 성취해야만 하는 존재로 의미를 부여받는다. 이 과정에서 항해의 방법이나 선장 외에 선박에 함께해야 하는 존재(선원, 여객, 화물 등)는 저절로 은폐된다. ‘순항’으로 은유되는 ‘경제’는 언제나 상선(商船)일 뿐 여객선(旅客船)은 될 수 없다. 이로 인해 목표로 나아가는 데에 방해가 되는 요소, 예컨대 각종 규제나 선원들의 복지 등은 ‘순항’의 목표 지점이 되지 못한다.

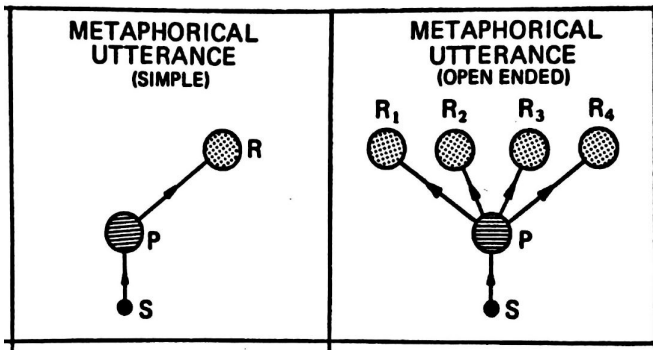


화자는 ‘순항’이라는 표현을 통해 ‘경제는 항해이다’ 은유를 사용함으로써 자동적으로 항해의 주체와 항해의 목표가 중시되는 개념적 틀을 청자에게 부여할 수 있다. 목표로 항해하는 과정에서 방해가 되는 요소는 경제를 ‘우왕좌왕’하게 만드는 대상일 뿐이다. 이런 담화 맥락을 하나의 틀로서 부여받는 청자가 ‘경제는 목표를 향해서만 전진하면 되는가’와 같은 물음을 던지기는 쉽지 않다.

3.2. 틀의 적극적 부여와 현상의 창조

담화 실천 행위로서의 소통은 일방향으로 일어나지 않는다. 화자는 자신의 의도대로 담화를 구성하지만 그 결과로서의 텍스트는 청자에게 다른 방향으

로 읽혀질 수 있다. 담화 구성에서 은유가 동원되는 경우도 마찬가지이다. 화자가 특정 관점에서 대상을 초점화하기를 의도하며 담화를 구성하였다 할지라도 열린 은유(open ended metaphor)는 다른 방향으로 해석될 여지가 있다. 이와 관련하여 Searle(1993:110)에서는 아래와 같이 ‘simple metaphor’와 ‘open ended metaphor’를 구별하고 있다. 화자가 표층적으로는 ‘S는 P’라 표현했다 라도 의도한 의미는 ‘S는 R’일 경우, 열린 은유에서는 R이 R1, R2 등으로 다르게 이해될 수 있다는 것이다.



<단순한 은유와 열린 은유(Seale, 1993:110)>

그러나 담화 구성의 측면에서 보면 R1, R2 등의 가능성은 맥락에 의해 소거된다. 표제어만을 놓고 봤을 때는 열린 은유인 표현도, 본문 기사의 맥락에서는 하나의 관점이 뚜렷하게 윤곽화되는 것을 볼 수 있다. 본 연구는 이것이 담화 구성으로서 은유가 지니는 힘이라고 판단하고 적극적 틀을 부여하는 은유의 양상을 살핀다.

3.2.1. 갈등에 대한 틀의 구성

경제 현상의 언어화에서 은유의 주요 대상 중 하나는 ‘갈등 사태’이다. 이 병주 외(2007:391-392)에서는 윈모트와 호커의 렌즈 모델을 토대로, 우리는

결코 언어 이전의 갈등 그 자체에 접근할 수 없음을 역설한다.¹⁸⁾ 신문과 같은 매스미디어를 통한 갈등은 언제나 특정 화자의 렌즈를 통과한 것이기 때문이다. 렌즈 모델에서 렌즈는 ‘지각’을 뜻하는데, 개념적 은유 이론에 따르면 우리의 지각은 은유적 개념 체계를 통해 구조화된다. 은유라는 렌즈를 통해 ‘낮선 것’으로서의 갈등 사건은 ‘낮익은 것’으로의 공유된 의미로 개념화되지만, 여기에는 낮선 목표 영역을 낮익은 근원 영역으로 사상하는 주체의 관점이 부여되고 이는 사태에 접근하는 언중들에게 모종의 틀로서 작용한다.

경제 신문 텍스트에서 갈등은 주로 ‘경제는 전쟁이다’ 은유를 통해 드러난다. 흥미로운 점은 갈등의 담지자, 곧 전쟁의 당사자가 누구인가 하는 점이다.

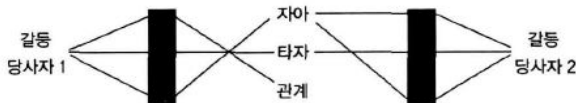
(예8) 경기침체 ‘직격탄’…골프장 18곳 등 레저中企 구조조정 급증
 <한경 2013.11.9.>

(예9) 네이버 · 다음 ‘과징금 폭탄’ 피할까 <한경 2013.11.26.>

(예10) “기업에 족쇄 채우는 나라”…국가 대표기업도 해외 내몬다
 <서경 2013.10.16.>

(예8)에서는 경기침체의 영향으로 중소기업들이 구조조정을 받게 되었음을 ‘직격탄’이라는 표현으로 은유하고 있다. 이때 직격탄을 날리는, 그리하여 전쟁을 도발하는 당사자는 구조조정을 하는 ‘정부 기관(금감원)’이다. (예9)에서 경제시장이라는 전쟁터에서 과징금이라는 ‘폭탄’을 던지는 주체 또한 ‘정

18) 이병주 외(2007:392)에서는 아래와 같은 렌즈모델을 인용하고 있다. 이 모델에서 보는 바와 같이 동일한 갈등 상황에서도 갈등 당사자1과 갈등 당사자2가 지각을 형성하는 범위는 같지 않다.



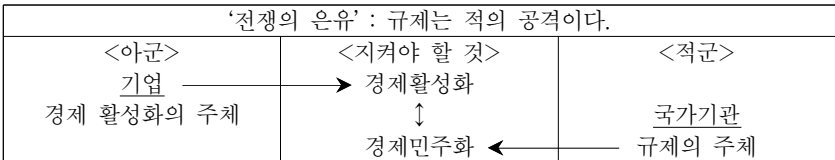
출처: Interpersonal Conflict (p. 27), by Wilmot, W. & Hocker, 2001, NY: Wm. C. Brown

부 기관(공정거래위원회)’이다. (예10) 또한 마찬가지로이다. 여기서 ‘족쇄’는 ‘각종 규제’를 의미한다.

최근 국회 국정감사에서 증인이 줄줄이 불려나가는 모습을 본 한 경제전문가는 “경제민주화를 내걸면서 계속 기업에 족쇄를 채운다면 신규투자는 해외로 나갈 수밖에 없을 것”이라며 안타까워했다. 최성환 고려대 국제대학원 겸임교수는 “한 나라 경제력의 핵심인 기업의 기를 살리기 위해서는 기업 하기 좋은 환경을 만들어야 하며 저성장을 극복하기 위해서는 이 문제가 더욱 절실하다”면서 “글로벌 스탠더드에 맞지 않는 규제를 과감히 풀어야 한다”고 강조했다. 실제로 경제민주화의 열풍이 거세지고 해외에 비해 강도 높은 규제가 가해지면서 한국을 대표하는 기업들의 생산기지가 최근 해외로 빠르게 옮겨가고 있다. ...<중략>... 반면 국내에서는 정부와 정치권이 앞장서 기업들을 해외로 내몰고 있는 모습이다. 유환익 전국경제인연합회 산업본부장은 “국내 정치권이 일감 몰아주기 규제와 상생법 등 기업 관련 규제를 강화하고 잇단 기업 세무조사와 대기업 총수 구속 등으로 기업인에 대한 사회적 반감도 커지고 있는 상황에서 이를 감수하며 국내에서 투자를 늘릴 기업은 많지 않을 것”이라며 “결국 정부와 정치권이 기업하기 좋은 환경을 만들어 기업의 국내 투자를 늘리는 선순환 구조를 만드는 게 중요하다”고 강조했다.

<서경 2013.10.16. 본문 발췌, 밑줄은 연구자>

곧 이러한 신문 텍스트에서 경제의 주체는 ‘기업’이며 기업을 규제하는 ‘정부’는 갈등을 유발하는 대상으로서, ‘기업’과 ‘정부’는 각각 갈등당시자가 된다. 이를 기사 텍스트의 화자의 관점에서 도식화하면 아래와 같다.¹⁹⁾



기업의 관점에서 경제 활성화의 주체는 기업이므로 규제의 주체인 국가기관

19) 이는 이병주 외(2007:405)에서 제시한 갈등 도식을 본 연구에 맞게 변형한 것이다.

은 경제 활성화의 방해가 되는 요소로 작용한다. 이 지점에서 국가에서 내건 ‘경제민주화’라는 슬로건은 부정적 의미를 지닌 ‘Loaded words’로 기능한다. Loaded words는 담화에서 문자적 의미 이상의 ‘전제, 함축, 암시를 포함하는 특정 의미를 부가하는 말(Gastil, 1992:477)’로서 긍정이나 부정의 반응을 포함한 강한 은유를 동반한다. 많은 경우 ‘경제민주화’는 긍정적 의미로 통용되지만 국가기관이 규제의 주체로 등장하는 ‘전쟁의 은유’ 맥락에서는 경제활성화의 반대 의미로 통용되기도 한다. 아래 예에서 이러한 맥락을 읽을 수 있다.

경제민주화 분위기와 강도 높은 세무조사 등으로 기업들의 투사심리는 꽂 얼어붙었다. 여기에 세계계편안 발표 때 불거진 중산층 세금폭탄이나 최근의 기초연금 과문 등 불필요한 논란만 일었다. <매경 2013.10.1. 밑줄은 연구자>

이러한 양상은 정치 현상의 언어화에서 갈등담지자가 주로 정당 대 정당으로 고정화되는 것이 비교할 때, 경제 현상의 언어화가 지니는 하나의 특성이라 볼 수 있다.

‘경제는 전쟁이다’ 은유에서 한 가지 흥미로운 점은 ‘규제’라는 대상이 ‘폭탄’이 되는 순간, 이는 아군에게 위협을 주는 대상으로 자리한다는 점이다. 아군과 적군의 갈등 구도에서 적군의 폭탄은 아군에게 피해를 가하는 요소로서 활성화되기 때문이다. 이러한 담화에서 사건은 ‘아군’의 관점에서 재편된다. 아래 (예11)에서도 이러한 은유를 찾아볼 수 있다. 이 신문 텍스트 본문에는 총 21문장이 포함되어 있는데 이 중 13문장이 아군인 ‘레미콘 업계’의 입장을 대변하고 있다. (예11)에서 보는 바와 같이, 수송비 폭탄은 아군에게 ‘고사 위기’를 주는 존재이다. 이 법안이 발의된 원래의 의도는 담화에서 초점화되지 않는다.

(예11) 경제민주화 법안에 레미콘 수송비 폭탄 오나 <서경 2013.10.13.>

(예11) 레미콘 업체와 레미콘 운반사업자의 계약형태 변경을 골자로 한 경제민주화 법안이 추진되면서 레미콘 업계가 위기감에 휩싸여 있다. 레미콘 업체는 법안이 개정될 경우 레미콘 수송비용이 현재보다 두 배 이상 증가하며 산실상 고사 위기에 처하게 된다는 입장을 나타내고 있다. (중략) 문제는 레

미콘 수송비용의 급증이다. 레미콘 업계는 현재 한 번의 운송에 약 3만~4만원의 비용을 수송사업자에게 지급하고 있으며 하루에 약 4회 전후의 운반 횟수 보장을 원칙처럼 운영하고 있다. 이를 시간단위 계약으로 변경할 경우 일일 지급비용이 30만원대가 돼 두 배 이상 늘어나게 된다는 것이 업계의 설명이다. (중략) 하지만 법안이 개정돼 레미콘 수송계약에 대해 시간을 기준으로 비용을 산정하게 되면 수송비 급증으로 생존조차 위협 받게 된다는 게 레미콘 업계의 주장이다. 업계 관계자는 “현재 수송비가 원가에서 차지하는 비중은 15% 정도인데 표준대여계약서로 하면 30%로 늘어난다”며 “업계 이익률이 3% 수준인데 원가가 이렇게 오를 경우 모조리 적자를 보게 된다”고 말했다. (후략) <(예11) 본문, 밑줄은 연구자>

‘경제는 전쟁이다’ 은유는 아군과 적군을 개념화함으로써, 활성화되는 순간 아군 중심의 구도를 만들어 버린다. ‘경제는 항해이다’ 은유가 암시적으로 목표 중심의 구도를 제시하는 것과 달리, ‘경제는 전쟁이다’ 은유는 보다 전면적으로 갈등 사태를 하나의 관점에서 재편성한다.

3.2.2. 담화 구성을 통한 힘의 재편과 현상의 전망

경제 현상의 전망과 예측을 중시하는 경제 신문 텍스트는 담화 구성을 통해 특정 관점에서 힘의 관계를 재편함으로써, 경제 현상을 바라보는 언중과 세계의 시각을 조정하는 양상을 보인다. 이때 은유는 이를 명시적으로 드러내지 않으면서도 담화 내 당사자들의 힘을 재편하고, 나아가 이러한 렌즈를 통해 세계의 현상을 재편하는 효과적 기능을 성취한다.

(예12) 동양증권 부산본부 ‘습격’ … 임직원 무릎 꿇리고, 음식·술 시켜먹고
<한경 2013.11.8. 지면신문>

(예12') 동양증권 부산본부 ‘항의 점거’ … 임직원 무릎 꿇리고, 음식·술 시켜먹고
<한경 2013.11.7. 인터넷신문>

위의 (예12)와 (예12')는 같은 사건에 대한 같은 신문 텍스트의 표제어이다. 다른 점이 있다면 날짜와 매체인데, (예12')가 하루 전 날 인터넷신문으로 배

포된 것이라면 (예12)는 하루 후에 지면신문으로 배포된 것이다. 이는 일명 ‘동양사태’의 피해자인 투자자들이 동양증권 부산본부를 점거해 3일간 농성을 벌인 사건에 대한 것이다. 신문 텍스트의 화자는 ‘어떻게 생각하십니까’라는 열린 표제로 기사를 시작하고 있지만, 임직원이 무릎을 꿇고 있는 사진을 맨앞에 게재함으로써 모종의 의도를 전달하고 있다. 아래의 본문을 통해서 이러한 시각을 읽을 수 있다.

한편 피해자들의 심정은 이해하지만 지나치다는 네티즌들의 반응이 적지 않았다. 한 네티즌은 “동양증권 직원들의 잘못보다 현재현 동양그룹 회장 등 오너의 잘못이 크지 않느냐”며 “피해자들도 억울하겠지만 군중재판을 하려는 모습은 보기 좋지 않다”고 썼다. <밑줄은 연구자>

이러한 시각은 다음 날 배포된 지면신문의 표제어에서 보다 분명히 읽을 수 있다. 지면신문의 표제어에는 전날의 ‘항의 점거’가 아닌 ‘습격’이라는 표현이 등장하여, 이 사태를 다시 ‘전쟁의 은유’로 바라보게 하고 있다. ‘항의 점거’가 행위에 대한 다소 중립적 표현이라면 ‘습격’은 사태를 바라보는 특정 시각을 강화하는 은유 표현이다. 김관규 · 김진원(2010)의 연구 결과에 따르면, 주제간접제시형의 표제어는 인쇄신문에 비해 인터넷신문에서 높은 비율로 등장하지만, 주제간접제시형의 하위로 분류된 은유형만은 인터넷신문보다 인쇄신문에서 빈번하게 사용된다. 이는 감탄, 강조, 인용 등 다른 간접제시형 표제어가 인터넷신문에서 보다 빈번하게 사용되는 현상과는 차이를 보인다. 이러한 현상은 사건 당사자들의 힘을 재편하여 담화를 재구성하는 은유의 기능에서 기인한다.

아래 (예13)~(예13'')는 중국 인민은행이 자국 내 금융기관의 비트코인 거래를 금지한 사건에 대한 신문 표제어이다.

(예13) 비트코인 가격 급제동 건 중국 <매경 2013.12.7.>

(예13') 中인민은행, 비트코인 거래금지 <아시아경제 2013.12.5.>

(예13'') 中인민은행 “금융기관, 비트코인 사용말라” <한경 2013.12.6.>

(예13')와 (예13'')가 각각 ‘거래금지’라는 중립적 표현이나 인용 표현을 사용한 것과 달리, (예13)은 ‘급제동’이라는 은유 표현을 사용함으로써 ‘경제는 교통이다’라는 은유 도식을 만들어 내고 있다. ‘급제동’은 ‘갑자기 기계나 자동차 따위의 운동을 멈추게 함’의 의미를 지닌다. 따라서 교통 흐름에서 ‘급제동’을 걸어 상대를 멈출 수 있는 대상은 그만큼의 ‘힘’을 가지고 있어야 한다. (예13)이 (예13')나 (예13'')와 다른 점은, 바로 ‘중국’이라는 국가가 이러한 힘을 가지고 있는 존재임을 은유로 개념화했다는 점이다. 다음 본문에 그러한 관점이 잘 드러난다.

6일 현재 비트코인 가격은 6200위안(약 108만원)으로 고전 대비 16.2% 하락한 상태에서 거래되고 있다. 인민은행의 이번 발표가 비트코인 투자 열풍을 식힐 것인지에 관심이 집중되고 있다. 새로운 투자수단으로 부상한 비트코인의 최대 거래 중심지 중국이기 때문이다. 전 세계 비트코인 거래의 50% 이상이 중국에서 이뤄지고 있다. <매경 2013.12.7. 본문 일부, 밑줄은 연구자>

실상 사건은 중국이 아니라 ‘인민은행’이 ‘자국 내 비트코인 거래를 금지한 것’이다. 이는 환유를 사용하여 행위의 주체를 격상시키면서²⁰⁾ 행위의 의미를 이데올로기적 측면에서 해석한 것이라 할 수 있다. (예13'), (예13'')에서의 ‘중국’과 (예13)에서의 ‘중국’이 지니는 힘은 같지 않다. 이러한 담화 구성은 중국 자국 내 사건을 세계의 것으로 확장시키고 나아가 미래에 대한 다른 전망을 보여 준다. (예13'), (예13'')의 담화가 ‘현재의 현상을 전달’했다면, (예13)의 담화는 ‘미래의 현상을 전망’하고 있다. 이는 전망적 관점을 취하는 경제 담화의 특성을 은유를 통해 드러낸 것이다.

은유는 특정 시각에서 사태를 언어화하여 현상을 자신이 원하는 방향으로 이끌어가는 수단이 될 수 있다. 아래 (예14)와 (예15)는 철도 노조의 파업 사태에 대해 대상의 명명과 사태의 개념화를 통해 화자의 시각을 보여 주고 있다.

(예14) 대통령도 아니라는데 경제동맥 막아선 노조 <한경 2013.12.17.>

20) Lakoff(1995:75-85)에서는 환유를 은유의 하나로 다루고 있다. 본 연구는 환유에 대해 구체적으로 다루지는 않지만, 환유를 은유의 한 양상으로 보고 필요한 경우에만 이를 언급한다.

(예15) ‘철도마피아’의 폭주 <매경 2013.12.25.>

먼저 (예14)는 ‘철도는 피의 흐름이다’ 은유를 사용하여 ‘피의 흐름이 막히면 죽는다’는 다소 강한 의도를 전달하고 있다. (예14)의 화자는 철도 통행을 ‘경제동맥’에 빗대어 사태를 은유화함으로써 직접적으로 드러내지 않더라도 철도 노조의 파업을 ‘우리 경제를 죽이는 행위’로 개념화한다. 이러한 은유는 아래와 같은 틀을 활성화시킴으로써 청자에게 철도를 멈춘 노조를 경제의 살인자로 인식하도록 담화를 구성한다. 이러한 담화는 파업을 경제적 손실의 관점에서 바라보게 함으로써, 파업의 원인 등에 대해서는 은폐한다.

동맥	→	동맥이 끊어지면 사람이 죽는다	→	동맥을 끊는 자	→	살인자
철도	→	철도가 멈추면 경제가 죽는다	→	철도를 멈추는 자	→	노조

(예15)도 이와 마찬가지로이다. 이는 파업 참여자를 ‘마피아’로 명명하고 그 행위를 ‘폭주’로 범주화하면서 ‘파업’이라는 행위를 부정적인 시각에서 바라보도록 담화를 구성하고 있다. (예13)과 같이 행위의 주체에게 힘을 부여하되 그 힘을 부정적인 것으로 개념화하여 해당 행위를 비판하는 것이다. 이러한 개념적 은유를 담지한 담화는 모종의 범주화를 통해 현상을 재창조하는 힘을 가질 수 있다.

4. 결론 및 제언

은유는 생성해 내는 과정을 중심으로 볼 때는 창의적 사고 과정이며, 생성해 낸 담화를 중심으로 볼 때는 현상을 구성하고 창조하는 언어의 힘이다. 은유는 한 개념을 다른 개념과 견주어 그 유사성이나 차이를 발견하여 이를 바탕으로 새로운 범주화를 꾀하는 사고 양식이면서, 동시에 이러한 과정을 통해 새로운 담화를 생성함으로써 언어로 세계를 재편시키는 이데올로기적 힘

을 지니고 있다.

본 연구는 경제 현상의 언어화라는 특정 담화 구성 맥락을 대상으로 하여 이러한 은유가 어떤 역할을 하는지 분석하였다. 경제 현상을 언어화할 때 은유는 대상을 명명하기도 사태를 개념화하기도 하며, 모종의 담화 구성력을 지니고 사태를 재조정·재창조한다. 이렇게 창조된 사태는 담화로 소통되며 특정 관점을 윤곽화하고 특정 측면을 은폐한다.

나아가 은유는 개념의 소통과 학습의 방편으로서도 중요한 의미를 지닌다. 경제 현상의 언어화가 이론의 정립과 이론의 전달 수단으로서 존재하며, 은유가 대상의 명명과 사태의 기술 및 전망을 위한 언어적 장치로 기능한다 할 때, 은유는 교육의 도구, 즉 지식 습득 및 전달의 수단으로서의 정체성도 획득한다. 이는 은유가 해당 학문의 정체성을 드러내는 기제로 작용하며, 학습자에게는 해당 학문의 언어를 습득하는 통로가 될 수 있음을 의미한다. 해당 학문의 언어를 습득하는 일은 곧 해당 학문의 정체성을 탐구하는 일과 맞닿아 있다. 본고는 경제 현상의 언어화를 대상으로 하였지만, 이론 층위의 언어화를 초점화하지 않은바 다른 영역과 구별되는 경제학 자체의 언어적 특성을 밝히는 데에 주력하지 않았다. ‘경제의 언어’라는 언명이 성립하기 위해서는 이론 층위, 곧 경제학의 언어가 지니는 은유에 대한 후속 연구가 요구된다.

본 연구는 표층적으로는 은유 표현이라는 언어 표현에 대한 것이지만, 궁극적으로는 은유라는 인지적이면서도 사회적인 과정을 탐색함으로써 언어를 바라보는 관점을 확장시키고 나아가 세계에 대한 언어의 창의적 힘의 일면을 드러내는 것을 목적으로 삼았다. 향후 보다 다양한 영역에서 이와 같은 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김관규·김진원(2010), “인쇄신문과 인터넷신문의 기사 표제 차이에 관한 연구”, 언론과학연구 10(2), 한국지역언론학연합회, 39-72.
 김동환(1999), “틀의미론과 의미구조”, 언어과학연구 16, 언어과학회, 73-101.
 김은성(2013), “비판적 언어인식과 국어교육”, 국어교육학연구 46, 국어교육학회,

139-181.

- 김주식(2011), “은유의 이데올로기 분석”, 언어과학연구 56, 언어과학회, 29-52.
- 김형석·주세형(2013), “경제학 분야 학술 텍스트의 특성 연구”, 제29회 한국작문학회 학술대회 자료집(2013.4.27).
- 남가영(2009), “문법 지식의 응용화 방향: 신문 텍스트에 나타난 ‘-(다)는 것이다’ 구문의 의미기능을 중심으로”, 형태론 11(2), 박이정, 313-334.
- 박상권(2002), “한국 경제신문의 「하이닉스 반도체 사태」 보도에 관한 연구: 매일경제신문과 파이낸셜뉴스신문을 중심으로”, 중앙대학교 석사학위논문.
- 박영순(2000ㄱ), 한국어은유 연구, 고려대학교 출판부.
- 박영순(2000ㄴ), “은유의 의미를 통해서 본 생각(idea)의 개념화에 대하여”, 한국어의 미학 7, 한국어의미학회, 49-66.
- 박영순·강이철(2011), 창의적 은유 생성과정의 교수설계 적용 가능성 탐색, 교육공학연구 27(4), 755-780
- 신명선(2009ㄱ), “국어 어휘의 담화 구성 양상에 관한 연구”, 한국어의미학 28, 한국어의미학회, 73-104.
- 신명선(2009ㄴ), “국어 표현 과정에서 작용하는 어휘 사용 기제와 그 전략에 관한 연구”, 한국어의미학 29, 한국어의미학회, 90-131.
- 신선경(2006), “설득의 수단으로서의 은유: 은유의 생성과 수용에 대한 일고찰”, 한국어의미학 20, 한국어의미학회, 139-159.
- 신선경(2008), “과학 탐구와 과학 글쓰기에 대한 텍스트언어학적 접근”, 텍스트언어학 24, 한국텍스트언어학회, 75-99.
- 신선경(2009), “과학의 언어: 이론 구성과 소통 기능을 중심으로”, 사고와 표현 2(1), 한국사고와표현학회, 35-60.
- 신진원·박기성(2011), “경제 텍스트에서의 은유 번역 사례 연구: 개념적 은유를 중심으로”, 번역학연구 12(2), 한국번역학회, 129-155.
- 이관희(2010), “문법으로 텍스트 읽기의 가능성 탐색: 신문 텍스트에 쓰인 ‘-도록 하-’와 ‘-게 하-’를 중심으로”, 국어교육연구 25, 서울대국어교육연구소, 119-161.
- 이관희(2012), “문법으로 텍스트 읽기의 가능성 탐색 (2): 기사문에 쓰인 ‘-기로 하-’의 의미기능을 중심으로”, 문법교육 16, 한국문법교육학회, 203-239.
- 이도흠(2004), “역사 담론에서 은유의 기능과 진실성에 관한 연구”, 기호학연구 16, 한국기호학회, 337-383.
- 이병주 외(2007), “레이코프와 존슨의 은유 개념을 통한 프레임 분석: ‘사학법 개정’ 관련 갈등 보도를 중심으로”, 한국언론정보학보 39, 한국언론정보학회, 385-427.
- 제민경(2011), “텍스트 중심 문법교육의 방향 탐색: 신문 텍스트의 ‘전망이다’ 구문을 중심으로”, 국어교육 134, 한국어교육학회, 155-181.

- 제민경(2013), “텍스트의 장르성과 시간 표현 교육 : 신문 텍스트에서 ‘-있었-’과 ‘-나
바 있-’의 선택을 중심으로”, 텍스트언어학 34, 한국텍스트언어학회, 179-206.
- 주세형(2010), “사실과 의견 구분하기’의 국어과 전문성 탐색”, 국어교육학연구 37, 국
어교육학회, 469-497.
- 최운호 외(2006), “코퍼스를 이용한 은유 표현의 추출과 어휘데이터베이스의 확장 연
구 : 경제 기사를 대상으로”, 한국어의미학 20, 한국어의미학회, 257-279.
- Fairclough, N.(1992), *Discourse and Social Change*, Polity Press.
- Fillmore, C. J.(1982), Frame Semantics, In The Linguistic Society of Korea (ed.),
Linguistics in the Morning Calm selected papers from SICOL-1981,
Hanshin Publishing Company.
- Gastil, J.(1992), Undemocratic Discourse : A Review of Theory and Research on
Political Discourse, *Discourse & Society* 3(4), 469-500쪽.
- Lakoff, G. & Johnson, M.(2003), *Metaphors we live by*, The University of Chicago
Press. 노양진 · 나익주 역(2011), 삶으로서의 은유, 박이정.
- Lakoff, G.(2005), *Don't think of an elephant : know your values and frame the
debate*, Chelsea Green Publishing. 유나영 역(2013), 코끼리는 생각하지 마,
삼인.
- Lubart, T. I. & Getz, I.(1997), Emotion, Metaphor, and the Creative Process,
Creativity Research Journal 4(10), 285-301.
- Ortony, A. ed.(1993), *Metaphor and Thought*, Cambridge University Press.
- Sandra, M. P.(2002), *Topology and cognition*, Lincom Europe; 임지룡 · 김동환 역
(2006), 은유와 영상도식, 한국문화사.
- Searle, J. R.(1993), Metaphor, In Ortony, A. (ed.), *Metaphor and Thought*(second
edition), Cambridge University Press.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T.(1999), The concept of creativity : prospects and
paradigms, In R. J. Sternberg (ed.), *Handbook of creativity*, New York :
Cambridge University Press.
- Taylor, John R.(2002), *Cognitive Grammar*, Oxford University Press. 임지룡 · 김동
환 역(2005), 인지문법, 한국문화사.

제1저자

제민경(Je, Min-kyeong)

서울시 관악구 관악로1

서울대학교 국어교육연구소

151-742

전화 번호: 02-880-7666

전자 우편: audtk2@snu.ac.kr

교신저자
구본관(Koo, Bon-kwan)
서울시 관악구 관악로1
서울대학교 국어교육과
151-742
전화 번호: 02-880-4079
전자 우편: bonmorph@snu.ac.kr

원고 접수일: 2014년 02월 28일
원고 수정일: 2014년 03월 23일
게재 확정일: 2014년 03월 25일